

الانترنت والمجتمع

الدكتور محمد العمر



ISSN: 2617-989X



Books & Refrences

الانترنت والمجتمع

الدكتور محمد العمر

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020

Internet and Society

Mohamed Al Omar

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

الفهرس

الوحدة التعليمية الأولى

شبكة الإنترنت

أولاً– نشأة وتطور الإنترنت.

ثانياً– مفهوم الإنترنت.

ثالثاً– وسائل الاتصال بالإنترنت.

رابعاً– وظائف الإنترنت.

خامساً– مزايا الإنترنت.

سادساً– الخصائص والسمات الإعلاميّة لشبكة الإنترنت

سابعاً– الإنترنت في العالم العربيّ.

ثامناً– الإنترنت والمجتمع المعاصر.

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يحدّد نشأة شبكة الإنترنت ومراحل تطورها
- يعرّف الإنترنت بأهمّ مفاهيمه
- يعدّد وسائل الاتصال بالإنترنت
- يعدّد وظائف الإنترنت
- يعدّد ويشرح مزايا الإنترنت
- يحدّد سمات وخصائص الإنترنت
- يشرح واقع الإنترنت في العالم العربي
- يشرح واقع الإنترنت في المجتمع المعاصر

مقدمة في مفهوم شبكة الإنترنت:

بروز ظاهرة الإنترنت:



إذ أردنا –منذ عقدين أو أكثر من الزمن– أن نتصور شبكة الإنترنت ونتخيلها، فإنّها تكون آنذاك ضرباً من الخيال، ولكنّها اليوم تمثل عماد المجتمع المعلوماتيّ الجديد ومعجزته التي يُبشر بها، حيث فتحت هذه الأداة الجديدة العالم على أبوابه؛ ولأنّها سهلة الاستخدام فإنّها أصبحت في متناول كلّ يدٍ لا تستطيع أن تتحمل تكاليف استخدام الأدوات الإعلاميّة الأخرى، الراديو والتلفزيون،والصحافة؛ لذلك أصبحت منبراً مفتوحاً للكثيرٍ من الاتجاهات، فقد أصبح امتلاك المعلومات قوةً، وتوفّر شبكة الإنترنت مجالاً كبيراً لامتلاك المعلومات فهي:

- تطلع مستخدميها على المعلومات أولاً بأول، بل قد تسبق أحياناً الوسائل الأخرى في نشر المعلومات.
- وتتيح شبكة الإنترنت أيضاً المعلومات من مصادر متعددة ومتنوعة ومن جهاتٍ ذات توجهات مختلفة، ممّا تساعد على مضاهاة ومقاربة المعلومات وتقييمها.
- وهي لا تجعل المعلومة حكراً على أحد، فالكل يعرفها والكل قادر على الوصول إليها، وهي تتجاوز مستوى التغطية السطحية للأحداث السياسيّة.

تأثير الإنترنت على الديمقراطية:

ويرى البعض أنّ الإنترنت يمثل وجه العالم الجديد، وهو المجتمع المعلوماتيّ، حيث تتحقق الديمقراطيّة العالميّة عبر بوابة الإنترنت؛ ليصبح برلماناً مفتوحاً يعبر فيه كلّ من يشاء عن رأيه، ويشارك في اتخاذ القرارات وصنعها. إذ يرى المتحمسون لشبكة الإنترنت فيها الديمقراطيّة القصوى لديمقراطيّة المعلومات، تحت شعار المعلومات في كلّ مكانٍ وكلّ وقتٍ ولكلّ الناس،

أي الإنترنت عن طريق البريد الإلكترونيّ يعطي لكلّ فردٍ مقعداً مجانياً في البرلمان الجماهيريّ، يناقش ويعترض ويتساءل ويستجوب، وهو بالتكامل مع المجموعات الإخباريّة " Use Net News" يجسد المفاهيم الديمقراطيّة التي دعا إليها فلاسفة الديمقراطيّة في عصور النهضة.

ويضيف مناصرو الإنترنت أنّه عن طريقه يمكن أن:

- يعبّر المرء بحريةٍ عن رأيه، وأن يمتلك منبره الخاصّ.
- يتبادل الآراء، وأن يشكل مع أصدقائه جماعة ضغطٍ إلكترونيّ، تؤثر على القرارات السياسيّة للحكومات وتوجهها.
- بمقدور مستخدم الإنترنت أن يشارك في صناعة القرار، وأن يلتقي بالزعماء والرؤساء، وأن يلقي بآرائه على مسامعهم.

إنّ وجود هذا الحلم بنشر العدالة لا يعني أنّه يتحقق في امتلاك هذه الأدوات المعلوماتيّة؛ لأنّ الفرق يبقى كبيراً بين منتجي المعلوماتيّة ومستهلكيها.

تأثير الإنترنت على المجتمع:

إنّ ملامح وأوجه المجتمع المعلوماتيّ يؤكد أنّ الإعصار الكبير سوف يجتاح الأمم، وسوف يستأصل كلّ الأسس الفكريّة والعقائديّة والثقافيّة، ويحوّلها إلى قطيعٍ إلكترونيّ يستهلك ما تنتجه تلك الدول. وهذا التحدي يستدعي المواجهة لهذا الإعصار والوقوف بصمود أمامه، لا بقطيعته وسد أبوابه بشكلٍ مطلق، إذ إنّ الانغلاق مستحيلٌ في عالمٍ مفتوحٍ جداً، وإنّما بامتلاك أسلحة المعرفة امتلاكاً حقيقياً قائماً على الوعي السليم، والاستفادة الناضجة من أدواتها لتحقيق النشر المعلوماتيّ. حيث تعد شبكة الإنترنت أحدث التقنيات الاتصاليّة التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، إذ استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سماتٍ اتصاليّة وتقنيّة متميزة أن تقلب المفاهيم المكانيّة والزمانيّة للإنتاج والتطبيقات الإعلاميّة في العالم، كما سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحريةٍ ما يريدون من خدماتٍ اتصاليّة تتلاءم مع حاجاتهم.

ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت باعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تنامياً في مجال الاتصال؛ ونتيجة لصعوبة معرفة المتلقي العادي تفاصيل هذا النمو المضطرد، فقد اهتمّ الباحثون والمختصون في مجال الاتصال الجماهيريّ بدراسة الإنترنت، ويرى البعض "حققت شبكة الإنترنت ثورةً معلوماتيّةً واتصاليّةً، وذلك من خلال تقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشريّ، فيما يُسمّونه "التواصل الجماهيريّ الثنائيّ الاتجاه غير الخاضع للرقابة".

أولاً– نشأة وتطور الإنترنت:

مظاهر التكنولوجيا:



شهد النصف الثاني من القرن العشرين من أشكال التكنولوجيا ما يتضاءل أمامه كلّ ما تحقق في قرونٍ عدّة سابقة، ولعلّ أبرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال.

- ظاهرة تفجر المعلومات: ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الإلكترونيّ في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشريّ في أقل حيزٍ متاح وبأسرع وقتٍ ممكن، وقد كانت أجهزة الكمبيوتر العامل الأساسيّ للتغيير خلال السنوات الثلاثين الماضية، نظراً لأهميّتها ووضعها شديد التأثير في المجتمع، ولما لها من دورٍ بارزٍ في تطوير وتقدّم مجالاتٍ عدّة، منها: الهندسة الوراثية، والطب، الفضائيات"Space Aero"، تكنولوجيا المركبات ذات الدفع، وكثيرٍ غيرها.

- ثورة الاتصال: تجسدت ثورة الاتصال في استخدام الأقمار الصناعيّة، ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقةٍ فوريةٍ؛ فالتقنية الاتصالية المتمثلة في أجهزة الكمبيوتر الشخصيّة، والمؤتمرات عن بعد عبر أجهزة الفيديو، والتلتكس، والفيديو تكس، وأجهزة الاتصال الكابلي التفاعلي، وأقمار الاتصالات، والبث المباشر أضافت بعداً جديداً لثورة تكنولوجيا الاتصال؛ إذ أن أجهزة الكمبيوتر الشخصية:

  - يمكنها تقديم خدماتٍ متخصصة من المعلومات العامة والمعلومات الخاصة بالفرد.
  - يمكنها بالاشتراك مع أجهزة الاتصال السلكيّة واللاسلكيّة توفير خدمات الاتصال المباشر بقواعد البيانات المنتشرة في جميع أنحاء العالم، الأمر الذي أدّى إلى خروج شبكات المعلومات من حيزها الضيق، التي ظلّت تحيا في أواخر السبعينيات وحقبة الثمانينيّات داخل مراكز البحث، والهيئات، والمؤسسات، والشركات، وبنوك المعلومات ليتعامل معها الأفراد من كلّ حدبٍ وصوب.

ظهور شبكة الإنترنت:

بلا شكٍّ فقد غيرت التكنولوجيا في شكل الاتصالات بفعل شبكة الإنترنت، لتكون مجموعة من مصادر المجموعة من المتصفحين، فهذه التغيرات أدّت دوراً مهمّاً ومشابهاً لما أدته الطباعة، كما تركت على



درجةٍ من الاتساع والعمق، إلى درجةٍ أنّ شبكة الاتصالات "الإنترنت" هي التي أصبحت تُعرف بعصر المعلومات "The information Age"

وأصبحت شبكة الإنترنت نموذجاً يُحتذى به لشبكاتٍ عسكريّة ومدنيّة عديدة، خصوصاً في ظلّ الحاجات الاقتصاديّة والاجتماعيّة المتزايدة، والتي حتمت ظهور نزعة اتصاليّة تكسر مركزيّة المعلومات، وتجعلها أكثر جماهيريةً وشيوعاً، فشبكة الإنترنت وسيلة اتصالية جديدة لا مركزية للتخاطب والتحاور بين الأفراد والمؤسسات خارج الحدود وعبر القارات، فعن طريقها يتمّ تداول المعلومات، المعرفة، والمراسلات، فهي وسيلةٌ فريدةٌ من نوعها، يصبح فيها الجمهور المتلقي قائماً بالاتصال، وتسير فيها الرسائل في اتجاهاتٍ متعددة؛ لتمثل نموذجاً فعالاً لديناميكيّة الاتصال عبر التفاعل المستمر بين جمهور المستخدمين للشبكة، حيث أتاحت الثورة الجديدة في تكنولوجيا الاتصال المزج بين أكثر من وسيلةٍ اتصاليّة، كالمزج بين وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات، فيما يُعرف الآن بتكنولوجيا الاتصال التفاعليّ"interactive" أو الاتصال متعدد الوسائل "Multimedia".

ومع بروز شبكة الإنترنت واستخدامها كوسيلةٍ أساسيّةٍ في جمع المعلومات والأخبار والصحف والاتصال والاقتصاد والأعمال والسياسة والتعليم والدعاية والإعلام والتثقيف والترفيه، وتبادل الآراء والاتجاهات والقيم؛ شكلت بذلك أحد أهمّ التطورات العالميّة التي شهدها العالم في حقبة التسعينيّات، وعلى الرغم من تعدد استخدامات الشبكة، فإنّها تشكل إحدى قنوات الاتصال التي تدخل في صميم البحث الإعلاميّ.

كما تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطويع والتأقلم، فكلّ ابتكارٍ تكنولوجيّ جديد يظهر في مجال الاتصال لا يُلغي الآخر، وإنّما ينفرد بميزاتٍ خاصة في مجال نشر وترويج المعلومات، ويكفي أن ننظر إلى النمو المذهل في عدد وحجم المتعاقدين مع الإنترنت Internet؛ لندرك إلى أي حدٍ أنّنا ندخل في عصر العالميّة، حيث تتوارى الحدود السياسيّة والجغرافيّة

مراحل تطور الإنترنت:

المرحلة الأولى:

كانت بدايات الإنترنت –كما هو معلومٌ– بداياتٍ عسكريّة، ففي أواسط الستينيّات من القرن السابق افترضت وزارة الدفاع الأميركيّة وفي إطار الحرب الباردة تعرضها لهجوم نووي، ممّا يؤدي إلى تعطيل الاتصالات بين قواتها وقواعدها المنتشرة في العالم، ونظراً لأهميّة الاتصالات التي هي الأساس والمحرك الرئيسي لتطور ونجاح العمل العسكريّ والدفاعيّ، فقد طالبت وزارة الدفاع الأميركيّة (البنتاغون) بإيجاد وسيلة اتصالٍ جديدة، تُمكن من استمرار التواصل بين المواقع والمراكز العسكريّة، حتى مع حدوث كوارث نوويّة، أو في أثناء الحرب.

وبعد فترةٍ ليست بطويلةٍ من البحث جاءت الفكرة، وكانت غايةً في البساطة والفعاليّة في آنٍ واحدٍ، حيث تمّ الاتفاق على تكوين شبكة اتصالاتٍ موحدة (Network)، ومن ميزتها أنّه ليس لها مركز تحكمٍ رئيسيّ، أي إذا دمر أو أغلق أحدها فإنّه لا يُؤثر على بقية الشبكة، وبذلك تحقق الهدف من البحث وضمن الغرض العسكريّ؛ حيث إنّه في حالة حدوث كارثةٍ أو حربٍ، فإنّ تدمير مجموعة من الأجهزة لن يضرّ أو يغلق بقية الشبكة؛ لأنّها تعمل باستقلالٍ ودون تحكمٍ من قبل مركز تتأثر به.

هكذا ظهرت الشبكة في إطار المجهود الحربيّ الأمريكيّ ومن أجل الاستخدام العسكريّ؛ ومن ثمّ لم يكن استخدامها متاحاً للجميع أو حتى معرّف بوجودها، وعُرفت باسم شبكة وكالة مشروع الأبحاث المتقدمة (Advanced Research Agency Network) أو اختصاراً (ARPANET)، وقد أسست هذه الشبكة بشكلٍ خاصٍّ كمشروعٍ لوزارة الدفاع الأميركيّة، وكانت غايةً في البساطة والبدائيّة، حيث كانت تتكون من أربعة كمبيوترات فقط مرتبطة مع بعضها بواسطة سلك التلفون.

المرحلة الثانية:

في بداية تكوين هذه الشبكة لم تكن متوفرةً للجامعات، ولكن بعد فترةٍ قصيرةٍ –ومع زيادة الوعي بأهميّة اكتشاف هذا المشروع– سمحت وزارة الدفاع الأميركيّة للجامعات والمنظمات العلميّة

ومراكز الأبحاث الأمريكيّة بإمكانية الاستخدام والاطلاع على هذا الاكتشاف، وأيضاً لإجراء المزيد من الأبحاث والدراسات لتطوير وتسريع أداء الشبكة.

المرحلة الثالثة:

حتى عام 1980 ظلّ هذا المشروع مقتصراً على الاستخدامات العسكريّة والجامعات والمراكز العلميّة، حيث أصبح متاحاً للاستعمال الشخصيّ والفرديّ، ومنذ ذلك الحين والتغييرات والتطورات أصبحت تحدث بسرعةٍ كبيرةٍ ومتسارعةٍ، بحيث كان من الممكن الشعور بتغير يومي يحدث في هذه الشبكة الجديدة، التي استمرت بالاتساع والتطور وصولاً إلى ما هي عليه اليوم من شبكةٍ تضم مئات ومئات الملايين من الحواسيب المرتبطة مع بعضها البعض.

وبعد ذلك التغيير الشامل في نظام التواصل بين الأفراد الذي تمّ في ما بين سنة 1982 و1985، وولادة مفهوم شبكة الإنترنت، والذي لا يخفى على أيّ فردٍ في العالم اليوم، تمّ في سنة 1983 انقسام الـ (ARPANET) إلى قسمين هما (ARPANET) و(MILNET)، وبعد هذا الانقسام تمّ استعمال كلّ منهما في غرضٍ محددٍ، حيث تمّ استعمال الأولى (ARPANET) في جهود الأبحاث المدنيّة؛ أمّا الثانية فقد أُستخدمت في الأغراض العسكريّة والحربيّة.

وبعد فترةٍ قصيرةٍ وتحديداً سنة 1985 فتحت خدمة الإنترنت للاستعمال الفرديّ والشخصي، والذي تطوّر إلى ما هو عليه اليوم، وقد كان عدد المشتركين في تلك الفترة قليلٌ جداً، ولكنّه سرعان ما اتسع وتزايد بشكلٍ كبيرٍ، واستمرّ في الاتساع وصولاً إلى ما هو عليه اليوم.

ثانياً– مفهوم الإنترنت:

ظهرت شبكة الإنترنت بشكلٍ جماهيريّ في العقد الأخير من القرن العشرين، ونظراً لحداثتها وارتباطها بشكلٍ وثيقٍ بالتقنيات المستحدثة والمتلاحقة، فقد اختلف الباحثون حول مفهومها الحقيقيّ، وقد اقتصرت أغلب التعريفات والمفاهيم التي أوردها الباحثون لشبكة الإنترنت على الوصف، دون أن يتعدى ذلك إلى أخلاقيات أو ضوابط الممارسة أو حتى طبيعة مستخدمي

الشبكة، إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفاتٍ للإنترنت، تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها، أو حسب المجال الذي تتمّ دراسته.

ومن أبرز تعريفات شبكة الإنترنت:

1- شبكة الإنترنت هي شبكةٌ حاسوبيّةٌ مركزيّةٌ تتكون من عددٍ كبيرٍ من الشبكات الحاسوبيّة المنتشرة على امتداد الكرة الأرضيّة، لاغيةً الحدود السياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة بين الدول، ومحولةً العالم بكامله إلى قريةٍ إلكترونيّة يمكن التنقل فيها خلال بضع دقائق.
2- شبكة الإنترنت هي مجموعةٌ من الحاسبات الآلية تتحدث عبر الألياف الضوئيّة، وخطوط التلفون، ووصلات الأقمار الاصطناعيّة، وغيرها من الوسائل.
3- شبكة الإنترنت هي مجموعةٌ ضخمةٌ من الكمبيوترات المنتشرة عبر العالم، وترتبط مع بعضها بخطوطٍ هاتفيّة، يتمّ من خلالها تناقل المعلومات بأشكالها المختلفة، وتتفاهم هذه الكمبيوترات فيما بينها بلغةٍ خاصةٍ تُسمّى بروتوكول.
4- شبكة الإنترنت هي شبكةٌ عالميةٌ من الروابط بين الحواسيب، تسمح للناس بالاتصال والتواصل بعضهم مع بعض، واكتساب المعلومات من الشبكة الممتدة إلى جميع أرجاء الأرض، والتواصل بعضهم مع بعض بوسائل بصريّة وصوتيّة ونصيّة مكتوبة، وبصورةٍ تتجاوز حدود الزمان والمكان والكلفة وقيود المسافات، وتتحدى في الوقت نفسه سيطرة الرقابة الحكوميّة.
5- شبكة الإنترنت هي شبكةٌ دوليّةٌ للمعلومات، تتفاهم باستخدام بروتوكولات تتعاون فيما بينها لصالح جميع مستخدميها، وتحتوي على العديد من الإمكانات، مثل البريد الإلكتروني، وإقامة المؤتمرات بالفيديو، وقوائم البريد، بالإضافة إلى الملايين من مجموعات الأخبار، والعديد من الملفات المتاحة لنقلها واستخدامها بطريقةٍ شخصيّةٍ، وكذلك آلات البحث المرجعيّ.
6- شبكة الإنترنت هي مجموعةٌ من شبكات حواسب مستقلة كلياً وموزعة في أنحاء العالم، وتشكل هذه المجموعة معاً نظاماً عملاقاً، بحيث تتولى كلّ شبكةٍ منفردةٍ مسؤوليّة الإدارة والصيانة الذاتيّة بحيث يكون لها أولوياتها.

7- شبكة الإنترنت هي مجموعةٌ مفككةٌ من ملايين الحاسبات موجودة في آلاف الأماكن حول العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحاسبات استخدام الحاسبات الأخرى للعثور على معلوماتٍ أو التشارك في ملفاتٍ، ولا يهمّ هنا نوع الكمبيوتر المستخدم، وذلك بسبب وجود برتوكولات يمكن أن تحكم عملية التشارك هذه.

8- شبكة الإنترنت بالنسبة لبرنامج التنمية التابع للأمم المتحدة الصادر في 1994م، هي شبكة اتصالاتٍ دوليّة، تتألف من مجموعةٍ من شبكات الكمبيوتر، تربط بين أكثر من (35) ألف شبكة من مختلف شبكات الكمبيوتر في العالم، وتؤمن الاشتراك لنحو (33) مليون مستخدم من المجاميع أو الرموز، وهنالك أكثر من (100) دولة في العالم لديها نوعٌ ما من الارتباط وإمكانيّة الوصول إلى الشبكة.

9- شبكة الإنترنت هي عبارة عن دائرة معارف عملاقة، يمكن للمشتركين فيها الحصول على معلوماتٍ حول أي موضوعٍ معين في شكل نصٍّ مكتوبٍ أو مرسومٍ أو خرائط أو التراسل عن طريق البريد الإلكترونيّ؛ لأنّها تضمّ ملايين من أجهزة الكمبيوتر تتبادل المعلومات فيما بينها، وتستخدم الكمبيوترات المرتبطة بالشبكة بما يُعرف تقنياً بالبروتوكول للنقل، والسيطرة، ولغرض تأمين الاتصالات الشبكيّة.

ويمكن أن نجمل من خلال التعريفات السابقة أنّ شبكة الإنترنت هي:

- شبكة الشبكات العنكبوتيّة، وهي نتاج اندماج ظاهرة المعلوماتيّة والاتصال، وهي مكونةٌ من آلاف الشبكات المحلية (LAN) والواسعة (WAN)، وتتكون من ملايين الحواسيب المنتشرة في العالم، وترتبط من خلال الأقمار الصناعيّة والهواتف والألياف الضوئيّة.
- أكبر أداة للاتصالات المعلوماتيّة، فهي شبكة حواسيب دوليّة، تحمل كمية لا تصدق من المعلومات بعضها حكوميّ وبعضها شخصيّ، وهي تكاد تماثل شبكة الإذاعة أو التلفزيون التي تربط مجموعة من محطات الإذاعة والتلفزيون، التي تتقاسم ما تبثه من برامج مع فارقٍ واحدٍ، هو أنّ شبكات التلفزيون تقوم بإرسال نفس المعلومات لجميع المحطات في نفس الوقت، وهي ما تُعرف بشبكة

البث، بينما شبكات الكمبيوتر فإنّ كلّ رسالةٍ أو معلومةٍ يتمّ توجيهها إلى جهاز كمبيوتر واحدٍ ومحددٍ من الأجهزة المتحدة بالشبكة.

- ويمكن القول بأنّ شبكة الإنترنت: تمثل الأفراد الذين يستخدمونها، والمعلومات المتراكمة داخلها، بالإضافة إلى الاستخدامات الكبيرة التي توفرها من إرسال البريد الإلكترونيّ والدردشة والتصفح وخدمات الأخبار والتعليم، ويبتكر المشتركون فيها طرقاً جديدة.

وباعتماد شبكة الإنترنت على الأفراد الذين يستخدمونها فإنّ لهم محاولاتٍ دؤوبةً في ابتكاراتٍ جديدةٍ ومثيرةٍ من الاستخدام، وكان آخرها إمكانية البث المباشر عبر الإنترنت للصور والصوت والاتصالات الهاتفيّة بالصوت والصورة عبر نظام الفيديو والكاميرا.

ثالثاً- وسائل الاتصال بالإنترنت:

الاتصال بالشبكة أو الدخول إليها "to have access" يعني أنّ المستخدم يستطيع استخدام كلّ موارد الشبكة، والاستفادة بكلّ ما تقدمه من خدماتٍ عند انضمام حاسبه الشخصيّ إلى أحد مجموعات الحاسبات الكثيرة التي تتصل بالشبكة، والانضمام إلى الشبكة يعني أنّك داخلها "ON THE NET".



وحتى وقتٍ قريبٍ جداً كانت الطريقة الأكثر استخداماً للوصول للإنترنت من خلال المؤسسات القائمة كالجامعات أو المكتبات على كافة أنواعها في الجهات المختلفة، إلّا أنّه وفي عام 1995 وللمرة الأولى زاد عدد الحاسبات المضيفة في المجال التجاريّ عن عددها في المجالات التقليديّة والبحثيّة والثقافيّة، كما أصبح المستخدمون الأفراد عن طريق الاشتراك مع مقدمي الخدمة "Internet service provider isp"،يتصلون مباشرةً

بالإنترنت،الذي يُعرف بنقطة "point of presencePOP"، من خلال خط التلفون العادي وأجهزة المودم مع حاسباتهم الآلية التي يمتلكونها، وقد تقدم الخدمات التجاريّة معلوماتٍ إضافيّة قد لا تتوفر على شبكة الإنترنت.

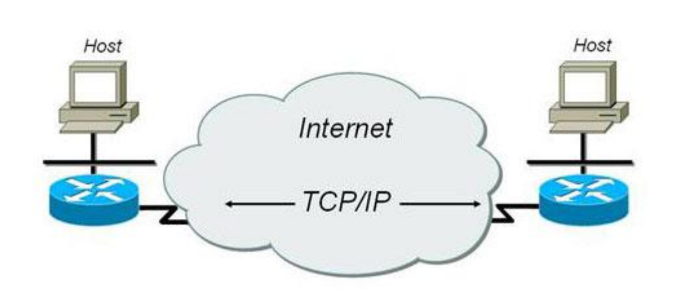
ولكي يتمكن الأفراد العاديين من الاتصال بالإنترنت، فإنّ هناك مجموعةً من المعلومات والأجهزة التي يجب أن يجيد الأفراد التعامل معها، وتشمل:

1. جهاز كمبيوتر.
2. خط يربط بين الحاسب الآلي والجهة الموفرة للخدمة أو الحاسب المركزيّ، service provider، وقد يكون الخط بينهما خط تلفون، أو كابل ألياف ضوئيّة، أو مايكروويف.
3. فاكس مودم fax Modem.
4. برامج خاصة بالإنترنت لكي تمكن المشترك من الاتصال بالإنترنت، وأشهرها "Net scope".

والاتصال بالإنترنت يتمّ من خلال أربع وسائل، والفرق بين كلّ منها إنّما يكمن في مدى سرعة نقل البيانات، سواء أكان الاتصال دائماً أم مؤقتاً، وفي نوع البيانات التي يتمّ التعامل معها، والبروتوكول المستخدم في النقل، والوسائل المستخدمة هي:

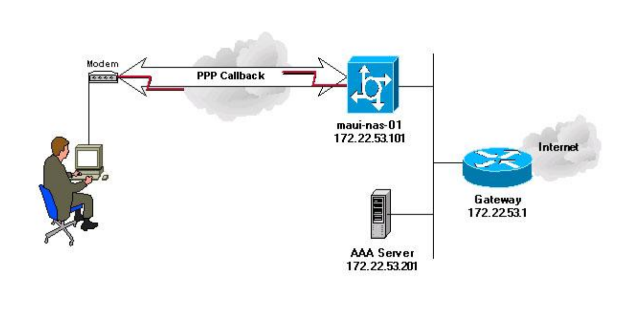
1. **الاتصال الدائم المباشر Permanent Direct Connection:**

تتيح هذه الوسيلة الاتصال بشكلٍ دائم ومباشر بشبكة بروتوكول التحكم في النقل الخاصة بالإنترنت Tcp/IP، وبذلك يمكن الاتصال بجميع



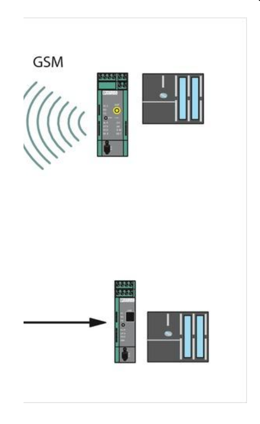
فروع الإنترنت وأجهزة الخدمة التابعة لها، وهذا النوع من الاتصال بالشبكة إنّما يقتصر على الجامعات والشركات الكبرى، أو يتاح من خلال مقدمي خدمة الإنترنت.

2. الاتصال المباشر عند الطلب On Demandirect Connection:



يُطلق على الوسيلة بروتوكول التحكم في النقل TCP/IP من خلال الخطوط التليفونيّة، أو بروتوكول الربط بين نقطتين (PPP)، وباستخدام هذا البروتوكول وجهاز مودم متصل بالكمبيوتر مقدم خدمة إنترنت يمكن الاتصال مباشرةً بالإنترنت في الوقت الذي يريده المشترك، وهذا النوع يكون اقتصادياً تماماً، ويتيح الحصول على خدمةٍ ممتازة، شريطة أن يكون المودم فائق السرعة؛ أي لا تقل سرعته عن 9600 بت/ ثانية.

3. الاتصال الطرفي التليفونيّ Dial _ Up Terminal Connection:

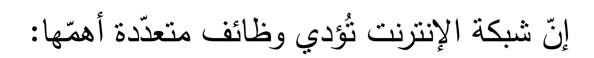


باستخدام هذا الأسلوب في الاتصال يتمّ الربط بأحد مقدمي خدمة الإنترنت، كما لو كنا جهازاً طرفياً متصلاً بجهاز كمبيوتر مقدم الخدمة، وباستخدام هذا النوع من الخدمة يستطيع المشترك استخدام كافة خدمات الإنترنت، وجميع أدواتها، وبرامجها.

4. الاتصال البريديّ فقط "Mail Only Connection":



نستطيع من خلال هذه الوسيلة إرسال واستقبال البريد الإلكترونيّ فقط، وهي أرخص أنواع الاتصال بالإنترنت من حيث قيمة الاشتراك وتكاليف الاتصال، ويمكن الحصول على هذه الخدمة من خلال أسلوب الاتصال الطرفي التليفونيّ، وكذلك من خلال استخدام بروتوكول النسخ بين منظومات يونيكس "UUCP".



إنّ شبكة الإنترنت تُؤدي وظائف متعدّدة أهمّها:



أ. وظيفة تجاريّة: تتمثّل في تبسيط المعاملات التجاريّة والصفقات الماليّة.



ب. وظيفة ثقافيّة: تتجلى في تبادل المعلومات عن طريق الاتصال بحواسيب أخرى، أو بواسطة كلمات مفاتيح.



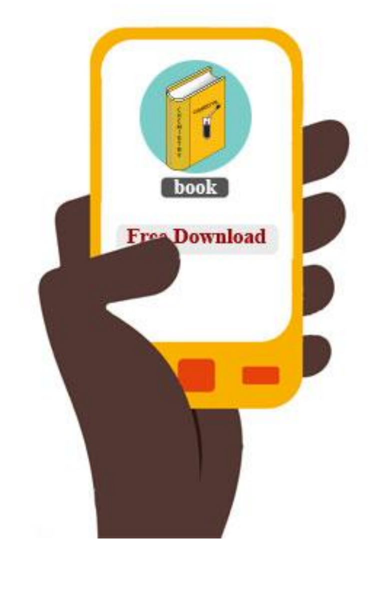
ت. وظيفة ترفيهيّة: تتمثّل في قدرة كلّ منخرط أو مستعملٍ للشبكة على اللجوء إلى حقل الألعاب الافتراضيّة، أو اللعب مع شخصٍ آخر يبعده بآلاف الكيلومترات.

ث. وظيفة اتصاليّة: تتجلى في البريد الإلكترونيّ الذي ينتقل بسرعةٍ، والذي لا يكلّف مبلغاً مالياً كبيراً، كما لا يُكلّف إرسال كتابٍ من مكانٍ إلى آخر، إذ يكفي إرسال الكتاب مُسجلاً في قرصٍ صغيرٍ ليتم استقباله من طرف المرسل إليه.

ويُمكن بهذا الصدد أن يساهم الإنترنت في عملية تزييف الوعي أو تقوية الوعي بالقضايا الاجتماعيّة، وقد يرفع من الإحساس بالانتماء والإحساس بقضايا الداخل والمشاركة السياسية الفعاّلة، وهو ما برز في مُسمّياتٍ كثيرة، مثل "الديمقراطية الإلكترونيّة".

كما يُقدّم الإنترنت وغيره من وسائل الاتصال إمكانية تجربة عوالم، قد لا تكون هامّةً في واقع الفرد المتعامل مع الأداة الإعلاميّة، فهذه الوسائل تجعل الفرد يُعايش عوالم متعدّدة تحمل الإنسان زماناً ومكاناً إلى عوالم خياليّة.

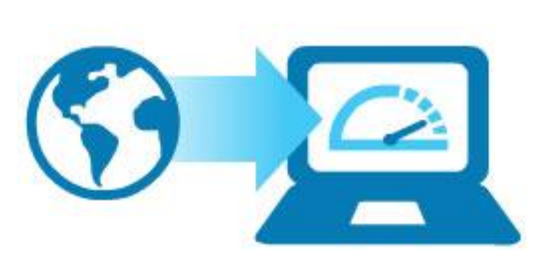
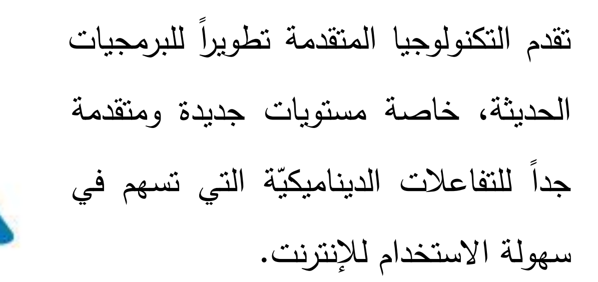
خامساً- مزايا الإنترنت:



1-قلّة التكلفة:

على الرغم من تطور خاصية الإنترنت التجاريّة بسرعةٍ كبيرةٍ، إلّا أنّ كثيراً من المؤسسات أو المنظمات، كالجامعات، ومعاهد البحوث، والمصالح الحكومية أصبحت منتظمةً بنشاطٍ كبيرٍ في توفير المعلومات ومصادرها للمستخدمين دون مقابل، وفي كثيرٍ من الأحيان يستفيد الباحثون والعلماء والطلاب من رغبة مؤسساتهم في تقديم وصولٍ سريعٍ ومدعمٍ للإنترنت لمساندة وظائف البحث، ويؤكد غياب الرسوم المباشرة، وتوفير الجهد والوقت المقدم عن طريق الوصول المباشر بشبكة الويب.

2- سهولة الاستخدام:

تقدم التكنولوجيا المتقدمة تطويراً للبرمجيات الحديثة، خاصة مستويات جديدة ومتقدمة جداً للتفاعلات الديناميكيّة التي تسهم في سهولة الاستخدام للإنترنت.

3- الحداثة والفوريّة:

تقدم شبكة الويب العالميّة لمستخدميها كلّ جديدٍ يُسجل عليها، وبذلك يمثل الويب أداةً تساعد في تقليص المسافات، وإنهاء الحدود التعسفيّة المصطنعة بين مجالات التعلم المترابط، إلى جانب ذلك تعتبر القدرة على البحث عن الأفكار والآراء، وشحذ البصائر في مجالات الفضاء غير المحدودة

سادساً- الخصائص والسمات الإعلامية لشبكة الإنترنت:

- لقد أصبحت شبكة الإنترنت اليوم وسيلةً اتصاليّة وإعلاميّة متاحة الاستخدام لعامّة الناس، فيتصفحون الصحف المحليّة والعالميّة وبرامج الإذاعة والتلفزيون على شبكة الإنترنت، وأصبح تجاهلها أو عدم استخدامها يعني عدم مواكبة العصر.
- وترتبط الخدمات المباشرة للإعلام ارتباطاً وثيقاً بشبكة الإنترنت، ودورها كوسيلة إعلامٍ متعددة الوظائف مماثلة للتلفزيون مع إضافةٍ جديدة، وهي أنّها أصبحت جهازاً إعلامياً متفاعلاً، لا يكتفي من يستخدمها بدور المتلقي السلبي للمادة الإعلاميّة المنشورة، بل يمكنه أن يتحاور معها، ويحدد بنفسه ما يريده من معلومات، ويطرح وجهة نظره أمام الآخرين.
- ويرى بعض المتحمسين أنّ في شبكة الإنترنت صورةً قصوى لديمقراطيّة المعلومات، تحت شعار المعلومات في كلّ وقتٍ وكلّ مكانٍ ولكلّ الناس.

- ويشارك الجمهور في مجموعات الأخبار News Groups في شبكة الإنترنت، وهي مجموعة المناقشات الجماعيّة والمقالات والرسائل العامّة التي يهدف بها الأفراد والجماعات والمؤسسات إلى الشبكة كوسيلةٍ للنشر، ويستطيع أي مشتركٍ في الإنترنت الاشتراك في مجموعة أو أكثر وكتابة المقالات في أي مجموعةٍ يشترك فيها.
- ورغم أنّ شبكة الإنترنت تطوّرت على أنقاض تكنولوجيا الاتصال، إلّا أنّ وسائل الإعلام سرعان ما ركبت أمواج الشبكة لسرعة تنقل المعلومات، ولم تفوت الصحافة هذا التطور، فانضمت إلى صفوف هذه الثورة التي أُطلق عليها النشر الإلكترونيّ على الشبكة العالميّة (www).

وأصبح العديد من الصحف المحليّة والدوليّة والعربيّة والأجنبيّة يتمّ إصدارها بطريقةٍ إلكترونيّةٍ متكاملة، بدءاً من تلقي الأخبار من وكالات الأنباء والمراسلين، والبحث عن المعلومات والصور واستسقائها من بنوك المعلومات الدوليّة، ومروراً بمعالجة الأخبار والتقارير، وكتابة المقالات وتحريرها وتصحيحها، وتصميم الرسوم والصور الفوتوغرافيّة وإعدادها، وتركيب الصفحات، ثمّ بث هذه المعلومات إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بالشبكة.

أمّا بالنسبة للصحفيين ورجال الإعلام فإنّ شبكة الإنترنت أصبحت بالنسبة إليهم القاعدة التي يرتكزون عليها في عملهم الإعلاميّ، فشبكة الإنترنت تفيدهم في الحصول على المعلومات بسرعةٍ، والاتصال بالجهات الرسميّة، وتحميل الملفات والصور، واستكمال المواضيع المطلوبة منهم، وإجراء الحوارات مع الشخصيات.

- ويجد الإعلاميون في شبكة الإنترنت فسحةً كبيرةً لزيارة مواقع وسائل الإعلام العربيّة والأجنبيّة، مواقع وكالات الأنباء، ومواقع الحكومات والهيئات الرسميّة، إلى جانب الاشتراك في مجموعات النقاش من صحفيين آخرين وغيرهم في مواضيع إعلاميّة سياسيّة، ثقافيّة، واجتماعيّة، وغيرها.

سابعاً- الإنترنت في العالم العربيّ:

رغم الانتشار السريع والمتلاحق الذي شهدته شبكة الإنترنت على مستوى العالم، فإنّ الدول العربيّة لم تستفد من هذه التقنيّة، ولم تستخدمها إلا مؤخراً أي في بداية التسعينيّات، مثلما هي الحال في كلّ وسائل الاتصال الحديثة التي لم تستخدمها إلا مؤخراً، وعليه فإنّ تقدير مستخدمي الإنترنت في الدول العربيّة والمنشور في الشبكة، والذي تعتمده الكثير من الجهات العالميّة أثناء حديثها عن شبكة الإنترنت في العالم العربيّ، جرى تحديثه مراراً.

وقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربيّ أكثر من 11.2 مليون مستخدم، ورغم أنّ نسبة المستخدمين للإنترنت في العالم العربيّ بالمقارنة بالنسبة نفسها في بقية دول العالم تبدو ضئيلةً للغاية، وهي (4.9%)، إلّا أنّ معدل النمو في الاستخدام يشير إلى إمكانية تضاعف الأعداد بصورةٍ طرديةٍ، وخاصةً مع التوسع في المبادرات الحكوميّة التي تهدف إلى سهولة النفاذ إلى الإنترنت من جانب أكبر قدرٍ من المواطنين.

وتعتمد هذه التقديرات على عددٍ من العوامل، منها الاهتمام الذي تبديه حكومات ومؤسسات القطاع الخاصّ في المنطقة العربية؛ لدخول عصر الاقتصاد الرقميّ، وحجم الاستثمار المتنامي في قطاع الاتصالات.



وبيّنت أحدث دراسة مسحية أجرتها وحدة أبحاث مجلة إنترنت العالم العربيّ أنّ عدد مستخدمي إنترنت في العالم العربيّ تجاوز مليون و ثمانمئة ألف مستخدم أوائل فبراير 2000، وازداد عدد المشتركين مع مزودي خدمة الإنترنت في العالم العربيّ من 338 ألف مشترك إلى أكثر من 545 ألف، خلال تسعة أشهر من نهاية أبريل 1999 إلى مطلع فبراير 2000.

وإذا نظرنا إلى تمثيل الدول العربيّة على الإنترنت، نجد أنّ مجموع حاسباتها المضيفة على شبكة الإنترنت تتطور من نحو 2421 حاسباً مضيفاً، أي بنسبة 8.2% عام 1996، إلى أن وصل إلى 42583 حاسباً عام 1999 وفقاً لإحصائيّة مسح "Network wizards"، وذلك بنسبة 46%، وعلى الرغم من أن هذه النسبة قد ارتفعت حالياً عمّا كانت عليه عام 1999، فإنّ الفرق ما زال كبيراً، وينعكس ذلك على التوجه الحضاريّ للدول العربيّة في ظل تيار العولمة الذي سوف يشكل عالم المستقبل في القرن الحادي والعشرين.

ويمكن ملاحظة التطور الذي حدث للإنترنت في العالم العربيّ من خلال ملاحظة الآتي:

1) التضاعف في أعداد المواقع العربيّة ثلاث مرات.
2) الانخفاض الهائل في أسعار الاشتراك للإنترنت، وفي بلدان مختلفة ظهر الإنترنت المجانيّ.
3) ظهور بوابات إنترنت عربيّة تماثل البوابات الغربيّة.
4) الازدهار في منتديات الويب العربيّة.
5) ظهور مواقع التجارة الإلكترونيّة العربيّة.

ثامناً- الإنترنت والمجتمع المعاصر:

ترى الأدبيات الحديثة في النظرية الاجتماعيّة أنّ الاتصال عبر الإنترنت نقلنا إلى العيش في زمنٍ ثقافيّ من نوعٍ خاصّ، قام أنطوني جيدنز بتلخيص خصائصه الاجتماعيّة وسماته الثقافيّة ببراعةٍ فائقة، وإيجازٍ دقيق بما يأتي:

1- إنّ التحولات والتغيرات الاجتماعيّة والثقافيّة التي يتصف بها المجتمع المعاصر، هي تحولاتٍ ذات قوةٍ نابذةٍ وطاردةٍ للأفراد، وذات خصائص ثقافيّة مشوشة ومضطربة.

2- إنّ الأفراد في المجتمعات التي ينتشر فيها هذا النوع من الاتصالات، هم أفرادٌ مقطعي الأوصال؛ بسبب استغراقهم وذوبانهم في خبراتٍ يوميّة مجزأة ومبعثرة ، وتعوزهم الرؤية الشموليّة المتماسكة للحياة.

3- يشعر الأفراد في هذا النوع من المجتمعات بالعجز، وضعف المقاومة، وقلّة الحيلة في مواجهة العولمة وطغيانها وجبروتها.

4- تخلو حياة الأفراد اليوميّة في هذه المجتمعات من أيّ معنى؛ بسبب سيادة أنظمة اجتماعيّة جافة تفتقر إلى الحياة والديناميكيّة، وتعمل على تفريغ حياة الأفراد اليوميّة من مغزاها ودلالاتها الاجتماعيّة الحميمة.

وفي الحقيقة قد لا تكون الأبعاد الاجتماعيّة للاتصال الإلكترونيّ، والتأثيرات السلبية التي أحدثها في المجتمع الغربيّ موجودةً في المجتمع العربيّ بتلك الحدة التي وصفها جيدنز والباحثون الاجتماعيون الآخرون.

الخلاصة

مع بروز شبكة الإنترنت واستخدامها كوسيلةٍ أساسية في جمع المعلومات، والأخبار، والصحف، والاتصال، والاقتصاد، والأعمال، والسياسة، والتعليم، والدعاية، والإعلام، والتثقيف، والترفيه، وتبادل الآراء والاتجاهات والقيم؛ شكلت بذلك أحد أهم التطورات العالميّة التي شهدها العالم في حقبة التسعينيّات، وعلى الرغم من تعدد استخدامات الشبكة فإنّها تشكل إحدى قنوات الاتصال التي تدخل في صميم البحث الإعلاميّ، كما تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطويع والتأقلم، فكلّ ابتكارٍ تكنولوجي جديد يظهر في مجال الاتصال لا يُلغي الآخر، وإنّما ينفرد بميزاتٍ خاصة في مجال نشر وترويج المعلومات، ويكفي أن ننظر إلى النمو المذهل في عدد وحجم المتعاقدين مع الإنترنت Internet؛ لندرك إلى أي حدٍ أنّنا ندخل في عصر العالميّة، حيث تتوارى الحدود السياسيّة والجغرافيّة.

كانت بدايات شبكة الإنترنت –كما هو معلومٌ– بداياتٍ عسكرية، ففي أواسط الستينيّات من القرن السابق افترضت وزارة الدفاع الأميركيّة وفي إطار الحرب الباردة تعرضها لهجومٍ نووي، ممّا يؤدي إلى تعطيل الاتصالات بين قواتها وقواعدها المنتشرة في العالم، ونظراً لأهميّة الاتصالات التي هي الأساس والمحرك الرئيسيّ لتطور ونجاح العمل العسكريّ والدفاعيّ، فقد طالبت وزارة الدفاع الأميركيّة (البنتاغون) بإيجاد وسيلة اتصال جديدة تمكن من استمرار التواصل بين المواقع والمراكز العسكريّة، حتى مع حدوث كوارث نوويّة، أو في أثناء الحرب.

التمارين

حدد الإجابة الصحيحة:

1- الإنترنت: مجتمع معلوماتيّ – مجتمع افتراضيّ- مجتمع حديث.

الإجابة الصحيحة: مجتمع افتراضي

2- ثورة الاتصال تجسدت ب: عالم الاتصال- استخدام الأقمار الصناعيّة – تطور التكنولوجيا.

الإجابة الصحيحة: تطور التكنولوجيا

3- ظهرت شبكة الإنترنت في العقد التاسع من القرن الماضي- في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين- في العقد الأخير من القرن العشرين

الإجابة الصحيحة: العقد الأخير من القرن العشرين

4- مزايا الإنترنت: البساطة والوضوح- قلّة التكلفة -. الدقة والتجسيد

الإجابة الصحيحة: قلة التكلفة

5- من وظائف الإنترنت: وظيفة تجاريّة – وظيفة علميّة- وظيفة سياسيّة

الإجابة الصحيحة: وظيفة علمية

المراجع

1. إسحاق، خالد إبراهيم عبد العزيز. (2012). فاعلية الإنترنت كوسيلة للاتصال في العلاقات العامة دراسة تطبيقيّة على بعض الهيئات الحكوميّة بالسودان 2011–2012. رسالة دكتوراه غير منشورة، السودان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

2. تربان، ماجد سالم. الإنترنت والصحافة الإلكترونيّة– رؤية مستقبليّة (ط.1) مصر. الدار المصريّة اللبنانيّة.

3. حمدي، محمد الفاتح. (2010). استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية– أستاذة جامعة– باتنة أنموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة الحاج خضر، باتنة.

4. ساري، حلمي خضر. (2008). تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعيّة، دراسة ميدانيّة في المجتمع القطريّ. دمشق، مجلة جامعة دمشق، مجلد 24، (1)، 251–351.

5. سالم، محمد صلاح. (2002). العصر الرقميّ وثورة المعلومات دراسة في نظم المعلومات وتحديث المجتمع. (ط.1). القاهرة. عين للدراسات والبحوث الإنسانيّة والاجتماعيّة.

6. شومان، محمد. (2006). الإنترنت: نشأتها، تطورها، استخداماتها ومكوناتها.د.ن.

7. فلحوط، صابر، البخاري، محمد. (1999). العولمة والتبادل الإعلاميّ الدوليّ. دمشق. دار علاء الدين.

8. قوي، بوحنية. (2009، 15. 17 مارس). عصر المعلومات وآثاره الاجتماعيّة، المكونات والمؤشرات السوسيوثقافيّة. قدم إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعيّ، الرياض، جامعة الملك سعود.

9. يوسف، حنان. (2006). تكنولوجيا الاتصال ومجتمع معلوماتيّة. القاهرة. مكتبة الساعي للنشر والتوزيع.

الوحدة التعليمية الثانية

خدمات الإنترنت

أولاً– الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت

ثانياً– استخدام الإنترنت في التجارة "التجارة الإلكترونيّة"

ثالثاً– التعليم عبر الإنترنت

رابعاً_ خدمات العلاقات العامّة بالإنترنت

خامساً– خدمات طبيّة على الإنترنت

سادساً– التطبيقات الإعلاميّة لشبكة الإنترنت

سابعاً– نماذج التطبيقات الإعلاميّة لشبكة الإنترنت

ثامناً– السمات الشكليّة للاتصال عبر شبكة الإنترنت

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يعدّد الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت
- يشرح الإنترنت في التجارة الالكترونيّة
- يشرح التعليم عبر الإنترنت
- يشرح خدمات العلاقات العامة بالإنترنت
- يشرح الخدمات الطبيّة على الإنترنت
- يشرح التطبيقات الإعلاميّة لشبكة الإنترنت
- يعدّد نماذج تطبيقات الإنترنت
- يعدّد السمات الشكليّة للاتصال عبر شبكة الإنترنت

مقدمة عن خدمات الإنترنت:



تزايدت أهميّة الإنترنت في الآونة الأخيرة، حتى دعا البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية جديدة بحدّ ذاتها، بل يمكن أن تحلّ محل وسائل الإعلام التقليديّة، وإن كان البعض ما زال متردداً في قبول هذه الرؤية، والبعض الآخر ما زال يعارضها. وحتى وقتٍ قريب تجاهل أساتذة الاتصال دراسة الإنترنت كوسيلة اتصالٍ وإعلامٍ مع الاستمرار في التركيز على وسائل الإعلام التقليديّة،في الوقت الذي يفتح فيه الاهتمام بدراسة هذه الوسيلة الجديدة آفاق رحبة أمام الدراسات الإعلاميّة، حيث تطرح شبكة الإنترنت عدة رؤى جديدة تقع في لب

المحاور الأساسيّة لدراسات الاتصال والإعلام، تتحدى بها النظريات الاتصالية التقليديّة والمفاهيم التقليديّة لعملية الاتصال وأطرافها.

كما تبرز أشكالاً متميزة من التفاعل والاتصال والإعلام، يبدو معها التصنيف التقليديّ بالاتصال المباشر والجماهيريّ غامضاً وغير محدد المعالم وغير مناسب للاحتياجات الاتصالية الجديدة، إذ تمثل شبكة الإنترنت أعلى مراحل الدمج بين وسائل الاتصال القديمة والجديدة معاً.

فشبكة الإنترنت هي الشبكة الاتصالية التي أصبح في مقدورها الربط الفوري مع أي شبكة معلوماتٍ في الداخل والخارج، باستخدام جهاز كمبيوتر مهما كانت قدرته، وخط تلفون دوليّ، وجهاز لتمويل الإشارات يُسمّى مودم، ومعرفة الرقم الكود للدخول إلى الشبكة المطلوبة، وهي عمليةٌ تتمّ بطريقةٍ إلكترونيّة دون تدخلٍ بشريّ؛ ولذلك فليست هناك مؤسسةٌ تُدعى شبكة الإنترنت، وإنّما هي وسيلة تواصلٍ واتصالٍ إلكترونيّ بين أي شبكة معلوماتٍ وأخرى في العالم.

وجاذبية شبكة الإنترنت تكمن في:

- سهولة نشر المعلومات عليها واسترجاعها منها.
- وكونها وسيلة إعلامٍ تفاعليّة تُمكّن المستخدم من حرية التصفح، وإبداء رأيه، واختيار ما يريده من معلوماتٍ.
- كما أنّها وسيلة اتصال تتيح له خدمات، مثل البريد الإلكترونيّ، والاتصال بالهاتف عن طريق الشبكة، وسماع الموسيقى، وحتى مشاهدة الأفلام؛ لذلك فإنّ الانتفاع بالشبكة ليس محصوراً بالصحف الإلكترونيّة، وإنّما يتعدى ذلك إلى حيزٍ أرحب وأمتع.

وظهر أنّ شبكة الإنترنت كانت تُستخدم في الاتصال مع الفرد أو أكثر، بهدف:

- إجراء نقاشاتٍ ثنائيّة أو جماعيّة حول نشاطاتٍ دراسيّة أو بحثيّة.
- الحصول على الأخبار واستخدام البريد الإلكترونيّ.
- زيادة التفاعل مع الناس أو التعليم.
- بث واسترجاع المعلومات التي تغطي أغلب النشاطات الإنسانيّة.

وتعتبر شبكة الإنترنت وسيلة اتصالٍ متعددة الأوجه، إذ تحتوي على صورٍ وأشكالٍ مختلفة للاتصال توضح العلاقة بين الاتصال الشخصيّ والاتصال الجماهيريّ، وشأن شبكة الانترنت كشأن وسائل الاتصال التقليديّة، فهي تتعامل مع نموذج (المصدر، الرسالة، المستقبل، رجع الصدى).

وفي بعض الأحيان تضع الأطراف الاتصاليّة الأربعة في أنماطٍ تقليديّة، وأحياناً أخرى تضعهم كلهم في أشكالٍ أو صورٍ جديدة، حيث يأخذ الاتصال عبر شبكة الإنترنت أشكالاً عديدة، بدايةً من صفحات الويب أو الشبكة العنكبوتيّة التي تعمل بواسطة مؤسساتٍ إخباريّة كبرى، وحتى مجموعات الأخبار ورسائل البريد الإلكترونيّ، ويمكن فهم الأشكال الاتصاليّة للإنترنت كسلسلةٍ متصلة. وتختلف كلّ مرحلةٍ في النموذج التقليديّ للعملية الاتصاليّة من فردٍ لآخر عبر الإنترنت، فمصدر الرسالة قد يكون فرداً واحداً مثل استخدام البريد الإلكترونيّ، وقد يكون مجموعةً ذات اهتماماتٍ مشتركة، مثل جماعات الأخبار، أو مجموعة من الصحفيين المحترفين في صفحة الويب.

أمّا الرسالة نفسها فقد تكون قصةً إخباريّةً تقليديّةً يكتبها محررٌ صحفيّ، أو قصة كوّنها عبر فترةٍ من الزمن مجموعة من الأشخاص، أو محادثات بسيطة يتمّ فيها تبادل الآراء مثل برامج الدردشة Internet Relay chat""، أمّا المستقبل أو الجمهور المتلقي لهذه الرسائل فقد يكون فرداً أو عدّة ملايين، كما تتيح شبكة الإنترنت فرصة تبادلٍ بين المرسل والمستقبل؛ ليصبح المستقبل منتجاً للرسالة في الوقت نفسه.

أولاً- الخدمات الاتصاليّة لشبكة الإنترنت:

تقدم شبكة الإنترنت فوائد جمةً للمجتمع في شتى المجالات، الإعلاميّة منها، والتجاريّة، والأكاديميّة، والطبيّة، والاجتماعيّة، والصناعيّة، والزراعيّة، والسياسيّة؛ ولا يقتصر استخدام الإنترنت على المختصين في علوم الحاسب الآلي، بل:

- يستخدمها الأكاديميون، والباحثون، والأطباء، والإداريون، ورجال الأعمال، والسياسيون، والإعلاميون، والتربويون، والطلبة في مختلف مراحل الدراسة، وعامة الناس.
- كما أنّ الشركات التجاريّة المختلفة تستخدم شبكة الإنترنت لتطوير وترويج منتجاتها.
- وتستخدمها الحكومات كوسيلةٍ للتوعية والاتصال بالمجتمعات، ويستخدمها العامّة في التثقيف، والترفيه، والاتصالات الشخصيّة.

تستخدم شبكة الإنترنت لعدّة أغراضٍ، منها:

- جلب البرمجيات،.وتبادل المعلومات،.والمراسلة بالبريد الإلكتروني.
- والدخول على قواعد المعلومات والأجهزة فائقة السرعة.
- ونشر الإعلانات والتسويق،.وتوفير خدمات المساندة،.وعقد الندوات المتخصصة إلكترونياً.
- ومتابعة أخبار العالم أولاً بأول،.وأداء الأعمال التجاريّة والحكوميّة.

لقد بدأت شبكة الإنترنت بتطبيقاتٍ محدودة وأساسية، مثل البريد الإلكترونيّ، ونقل الملفات، والدخول على حاسبٍ آلي عن بعد؛ وتتوفّر الآن تطبيقاتٌ متطورة وموحدة للبحث عن المعلومات واسترجاعها بصورها المختلفة (نص، صورة، فيديو، صوت)، ممّا سهل التعامل مع الشبكة، وساهم في زيادة عدد مستخدميها.

ومن المهمّ إلقاء الضوء على أبرز التطبيقات المتوفرة على الإنترنت، والتي يمكن تصنيفها إلى ثلاث مجموعاتٍ رئيسة هي:

- الاتصالات الإلكترونية.
- والمشاركة وتبادل الموارد.
- والبحث عن الموارد، ويُقصد بالموارد هنا أي برمجيات أو أجهزة يمكن الاستفادة منها عن طريق الإنترنت.

وهناك خدماتٌ وبرامج أخرى كثيرةٌ على الشبكة، ولكنّها أقل انتشاراً واستخداماً من الخدمات التي ذُكرت؛ ذلك لأنّه بإمكان أي جهازين أو أكثر مرتبطين بالشبكة الاتفاق على تطبيقٍ معين لاستخدامه فيما بينهم، شرط أن يُراعي التطبيق أنظمة الإنترنت

1-الاتصالات الإلكترونيّة:

وهي تعني الخدمات التي توفر التحاور وإرسال الرسائل الإلكترونيّة فيما بين مستخدمي الإنترنت، **وتشمل:**

أ- البريد الإلكترونيّ :



يعدّ البريد الإلكترونيّ من أكثر تلك الخدمات استخداماً عبر شبكة الإنترنت، وهو يُمكّن المستخدمين في أماكن مختلفة من العالم من تبادل الرسائل الإلكترونيّة فيما بينهم، باستخدام الحاسب الآلي بيسرٍ وبسرعةٍ لا تقارن بالبريد العاديّ، وبتكلفةٍ تقل عن المكالمات الهاتفيّة عدّة مراتٍ، كما تتمّ من خلاله المراسلات التجاريّة مهما كان عددها وحجمها، والتي توفّر على الشركات مبالغ طائلة كانت تدفعها مقابل استخدام البريد العادي أو الفاكس، وبالإضافة إلى إرسال النصوص، فبالإمكان إرسال الصور كذلك والتسجيلات الصوتيّة والفيديو باستخدام أنظمة مخصصة مثل نظام (MIME)، وغالباً إنّ البريد الإلكترونيّ يُستخدم لإرسال النصوص دون البرمجيات والصور؛ لكبر حجم ملفاتها.

كما يزيد استخدام البريد الإلكترونيّ من كفاءة الأداء لدى مستخدميه، فهو عادةً يستغرق ثواني أو دقائق معدودة للانتقال من المرسل إلى المستقبل، وتنتفي بذلك الحاجة لطباعة الرسالة على أوراق، وتغليفها في ظرفٍ بريديّ، ولزق الطوابع اللازمة، وإلقائها في صندوق البريد لتصل إلى المرسل إليه بعد عدّة أيامٍ، أو إلى تكرار المكالمات الهاتفيّة لمحادثة الطرف الآخر، أو انتظار الوقت المناسب بسبب فارق التوقيت، أو الجلوس أمام الهاتف انتظاراً لمكالمةٍ مهمّةٍ، وحتى داخل المؤسسة أو القسم فإنّ تبادل البريد الإلكترونيّ بين العاملين أسرع وأقل تكلفةٍ وأكثر ملائمةٍ من المذكرات الداخليّة، ولا يؤدي إلى توقف وانقطاع الأعمال كما هو الحال في المكالمات الهاتفيّة.

ولكلّ مستخدمٍ أو مشتركٍ عنوانٌ يتمّ من خلاله إرسال واستقبال الرسائل من جميع أنحاء العالم، ويتألف هذا العنوان الإلكترونيّ من قسمين، الأول هو اسم المستخدم أو (الكنية المُستخدمة)، والقسم الثاني هو موقع الجهاز الذي يعمل عليه وبينهما علامة @، والتي تنطق "آت"،وتعني "في، أو، لدى"، فمثلاً Ahmad@kacst.edu.sa تعني اسم الشخص أحمد، والموجود عنوانه على جهاز مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، وبواسطة هذا العنوان يستطيع أي شخصٍ في أي مكانٍ في العالم إرسال ما يُريده_ مهمّا كان حجم ونوع الرسالة_ إلى المستفيد أحمد بدون تكلفةٍ أو انتظارٍ.

ويتطلب استخدام البريد الإلكترونيّ برامج بريديّة خاصّة.

ب-القوائم البريديّة:



إنّ البريد الإلكترونيّ فعالٌ جداً للتواصل بين عددٍ محدودٍ من الأشخاص، ولكن عندما تتبادل مجموعةٌ كبيرةٌ (مئات أو آلاف) من الأشخاص الرسائل الإلكترونيّة فيما بينها لمناقشة موضوعٍ معين، وعندما يريد أن يرسل أحد الأعضاء رسالةً للبقية، فإنّه يصعب عليه أن يرسل نسخةً من الرسالةلكلّ عضوٍ على حدى. وهنا يأتي دور القوائم البريديّة، فلكلّ قائمة عنوانٌ بريديّ واحد تُرسل إليه الرسائل الإلكترونيّة؛ ومن ثمّ يتمّ توزيعها على المشتركين في القائمة، ويتمّ

الاشتراك في إحدى هذه القوائم أو الانفصال عنها بإرسال طلبٍ إلى العنوان الخاصّ بالاشتراكات لتلك القائمة.

وهناك الآلاف من القوائم البريديّة على الإنترنت، والتي تناقش موضوعاتٍ عدّة في شتى المجالات العلميّة، والتقنيّة، والأدبيّة، والاجتماعيّة، والسياسيّة، والدينيّة، والتربويّة، والتعليميّة، وغيرها.

ج- مجاميع الأخبار:

يمكن تشبيه مجموعة الأخبار بلوحة إعلاناتٍ ضخمةٍ تمتد على امتداد شبكة الإنترنت، ويستطيع أي مشتركٍ فيها نشر مقالاتٍ أو قراءة المقالات المنشورة عليها، ومجموعات الأخبار تشبه القوائم البريديّة، ولكن عندما ينشر أحد المستخدمين مقالاً على إحدى المجموعات فإنّه لا يتمّ إرسالها إلى العنوان البريديّ للقراء، ولكن تُرسل إلى عدّة أجهزة تقوم بتخزين نسخةٍ واحدة من كلّ مقالٍ؛ ومن ثمّ يقوم القراء في الأوقات المناسبة لهم بقراءة المقالات التي تهمهم عن طريق الاتصال بأحد هذه الأجهزة باستخدام برنامج قارئ مجموعات الأخبار.

ويتوفّر عددٌ هائلٌ من هذه المجموعات (أكثر من أربعين ألف مجموعة إخباريّة) والعدد يتزايد باستمرار، وتكاد تكون هناك مجموعةٌ إخباريّة لأي موضوعٍ يخطر في بال القارئ، فعلى سبيل المثال هناك المجموعات التي تنشر المقالات عن الإسلام، وعن عادات مجتمعٍ معين، وعن تلوث البيئة، وعن القطط، وعن كرة القدم؛ وهناك مجموعات تنشر إعلانات المؤتمرات العلميّة، والصور، والبرمجيات، وملفات الوسائط المتعددة؛ وتُضاف مجموعاتٌ إخباريّة جديدة حسب المتغيرات والمستجدات في العالم.

المحادثة "التحاور الآني":



بالإضافة إلى البريد الإلكترونيّ فشبكة الإنترنت تسمح لمجموعة من المستخدمين من التحاور الآني وعن بعد باستخدام لوحة المفاتيح والشاشة، وبالطبع تتطلب هذه الخدمة وجود جميع أطراف الحوار أمام أجهزتهم أثناء الحوار، ومن أمثلة هذه الخدمة تطبيقات chat و talk.

فعن طريق استخدام برامج المحادثة الآنية يستطيع المستخدم الدخول لإحدى ساحات الحوار؛ ومن ثمّ يبدأ بمشاركة الآخرين آراءهم عن طريق إرسال واستقبال الرسائل، سواء كانت نصيّةً أو مرئيّةً أو مسموعةً، كما أنّها تُستخدم من قبل بعض الشركات للتحاور الإلكترونيّ بالصوت والصورة لعقد اجتماعاتها.

د-مؤتمرات الفيديو:



عند ظهور الإنترنت بدأ الطموح العلميّ في مجال الاتصالات يقفز من مرحلة الاكتفاء بالصوت إلى مرحلة طلب الصوت والصورة، فظهر ما يُعرف ب"مؤتمرات الفيديو"(Video Conferencing)، والتي تزيل مشكلة السفر والتنقل بين المؤتمرين، والتي عادةً تكلّف أموالاً طائلة.

تتمّ الاستفادة من تقنية مؤتمرات الفيديو من قبل الجهات التي ترغب في توفير الوقت عندما تكون الفروع متباعدةً، ممّا يساعد في وصول المعلومة وبالتالي يعجل في سرعة اتخاذ القرار، وفي الفترة الحالية أصبحت لمؤتمرات الفيديو الفائدة العظمى في المجال التعليميّ، وعلى وجه الخصوص في مجال التعليم عن بعد، ولا تزال هناك معوقاتٌ تحدّ من انتشار تقنية مؤتمرات الفيديو، وأهمّها على الإطلاق سرعة الاتصال بخدمة الإنترنت.

2-المشاركة وتبادل الموارد:

توفر شبكة الإنترنت للأجهزة المرتبطة بها إمكانية تبادل الموارد التي تتوفر لكلٍّ منها، والمشاركة فيها عن بعدٍ، ومن تطبيقات ذلك نقل الملفات والدخول عن بعد، أو استخدام شبكة النسيج العالميّ .

أ- نقل الملفات:

من خلال الإنترنت يمكن الحصول على برمجيات، ومقالات، وتطبيقات وثائق وإرسالها من وإلى آلاف الجهات في العالم، فخدمة نقل الملفات تُعتبر من إحدى الخدمات الأساسيّة في الإنترنت، والتي تُمكّن المستخدم من نقل ملفات بين جهازه وأي جهازٍ آخر وللمستخدم الحق بالدخول إليه.

ويتطلب ذلك تصريح للمستخدم، بحيث يكون له رمز استخدام على الحاسب الآلي الآخر، أو أنه يستطيع الدخول عن طريق نظام(Anonymous FTP) والذي توفره معظم الجهات المرتبطة بالإنترنت كوسيلةٍ لتسهيل نقل الملفات، بحيث يُسمح لأيّ مستخدمٍ الدخول برمز استخدام موحد، وهو عبارة عن "anonymous"، وتعارفاً تكون كلمة السر هي الرمز البريديّ للمستخدم.

ب-الدخول عن بعد :

تسمح هذه الخدمة للمستخدم بالدخول على أي حاسبٍ آلي مرتبط بشبكة الإنترنت من خلال جهازه، والذي يتصرف في هذه الحالة كما لو كان نهاية طرفية مرتبطة بذلك الحاسب، وبذلك يستطيع تشغيل برامج وتصفح ملفات مخزنة على ذلك الحاسب، ويتطلب الدخول على الحاسب الآلي أن يكون للمستخدم تصريحٌ يتمثل برمز استخدام، أو أن يكون الحاسب الآلي مجهزاً للاستخدام العام، مثل فهارس المكتبات وقواعد المعلومات، ومن التطبيقات لهذه الخدمة برامج "telnet"" و "rlogin"اللذان يسمحان للمستخدم بالدخول من بعد إلى الأجهزة عن طريق الإنترنت.

ج-تصفح شبكة النسيج العالميّ:

معظم الخدمات التي ذُكرت سابقاً تستخدم لأغراضٍ معيّنة ولها طرقٌ مختلفةٌ للاستخدام، أي أنّ على المستخدم أن يتدرب على استخدام كل خدمةٍ يحتاجها على

حدى، فلتعدد واجهات الاستخدام تأثيرٌ سلبي على المستخدم العادي ممّا يحد من استخدامه للإنترنت.

ولكن ظهرت في الآونة الأخيرة تطبيقاتٌ متطورةٌ تقدم واجهةً موحدةً لجميع الخدمات، بحيث تسمح للمستخدم تصفح المعلومات وعرضها على جهازه من غير أن يكون للمستخدم أدنى معرفة بطريقة التخزين أو النقل، ومن أشهر هذه التطبيقات شبكة النسيج العالميّ (وتعرف أحياناً باسم الشبكة العنكبوتيّة أو الويب)، التي تستخدم تقنية النصوص المترابطة لإتاحة إمكانيّة التنقل بين المعلومات المتوفرة على الشبكة بدون معرفة مكان ولغة نشر تلك المعلومات، ويعزو لهذه الخدمة انتشار استخدام الإنترنت والزيادة المطردة لأعداد المستخدمين؛ لما توفّره من سهولة في عرض ونقل المعلومات بشتى صورها (نص، أو صورة، أو تسجيل مرئي/فيديو، أو صوت)، وتتألف شبكة النسيج العالميّ من ملايين الصفحات، والتي تُعتبر المدخل الرئيسيّ للإنترنت، وتعتبر صفحات النسيج عنصراً أساسياً في هذه الشبكة؛ حيث إنّها الوسيط لحمل المعلومات خلال الشبكة، وتستخدم لغة ترميز نصوص الصفحات المترابطة (HTML) لإنشاء ووضع المعلومات على شبكة النسيج العالميّ، والتي يمكن عرضها بعد ذلك من خلال متصفحات الشبكة(browsers) ، ومن أشهرها نتسكيب نافيغاتور(Netscape Navigator) مايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer)).

تستخدم شبكة النسيج العالميّ تقنية الخادم والعميل، حيث يعمل متصفح الشبكة كعميلٍ لخادم الشبكة أو مقدم المعلومات، ويُسمح للعميل بطلب الخدمات المتوفرة على شبكة الإنترنت أو تشغيل برنامج متوفرة عند الخادم، باستخدام مجموعة من قواعد التخاطب بين الخادم والعميل.

لكلّ صفحةٍ من صفحات النسيج عنوانٌ وحيدٌ على الشبكة يمكن تحديده باستخدامٍ محدد، والذي يُعتبر صيغة مقننة لتحديد نوع وعنوان الخدمة على الشبكة، ولتحديد مكان نشر المعلومات على شبكة الإنترنت يجب معرفة عنوان الصفحة، ويتمّ الحصول على العنوان وتحديده عن طريق إمّا التواتر، أو الدعاية والإعلان، أو حلقات النقاش، أو أدلة شبكة الإنترنت، أو ترابط الصفحات الشبكيّة، أو نظم البحث، وتُعتبر نظم البحث من أكثر وأجدى طرق تحديد مكان نشر المعلومات على الشبكة.

3-البحث عن موارد:

تتضخم شبكة الإنترنت وتزداد المعلومات فيها يوماً بعد يوم، ممّا يجعل البحث عن معلومةٍ أو ملفٍ أو وثيقةٍ أو جهازٍ مرتبط بها أو عنوان البريد الإلكترونيّ لشخصٍ ما بين الملايين أمراً بالغ الصعوبة، ولحسن الحظ تمّ في السنوات الأخيرة إيجاد بعض التطبيقات والخدمات التي تُساعد المستخدم على تحديد مكان المعلومات المطلوبة على الشبكة وعرضها على جهازه، ومنها:

أ- البحث عن أشخاصٍ:



يعتبر البريد الإلكترونيّ مفيداً جداً للمراسلات الإلكترونيّة بين المستخدمين، ولاستخدامه لا بدّ من معرفة عنوان البريد الإلكترونيّ للمرسل إليه، فإذا تعذر ذلك فيمكن استخدام تطبيقات معيّنة، مثل ((netfind للبحث عن عنوان المرسل إليه باستعمال ألفاظ تدل على اسم الشخص والجهة التي تحمل صندوق بريده الإلكترونيّ، ومؤخراً يتمّ ذلك عن طريق استخدام الباحثات في الأدلة الهاتفيّة المتوفرة بكثرةٍ على النسيج العالميّة.

ب-البحث عن ملفات:



تعدّ خدمة نقل الملفات من الخدمات المفيدة جداً، وهناك الملايين من الملفات على الإنترنت التي يمكن الحصول عليها عن طريق الخدمة المجانيّة(Anonymous FTP) ، ولكن قبل نقل أي ملفٍ لا بدّ من معرفة عنوان الجهاز الذي يحوي الملف مسبقاً، ولتسهيل عملية البحث يوجد

على الإنترنت خادمات خاصة لإنشاء وتخزين قوائم بأسماء الملفات المتوفرة على الخادمات المجانيّة(Anonymous FTP) ، ويتمّ تحديث هذه القوائم آلياً بين حينٍ وآخر، فإذا أراد المستخدم أن يبحث عن ملفٍ ما، فما عليه إلا استخدام خدمة (archie) لتقوم بعملية البحث وإخباره بالمكان، وحالياً هناك عدّة مواقع على النسيج العالميّ تساعد في عملية البحث.

البحث عن معلوماتٍ:

مع توفر الكميات الهائلة والضخمة من المعلومات على شبكة الإنترنت بتخصصاتها المتعددة ولغاتها المختلفة وأماكن نشرها المتفرقة، أصبح من الصعوبة الإحاطة بمكان نشر المعلومات (معرفة إن كان يوجد معلوماتٌ ومكان نشرها)، وقد برزت على الإنترنت عدّة أنظمة بحث تساعد المستخدم على تحديد أماكن نشر المعلومات.

وأنظمة البحث هي أدوات تساعد على جمع وبناء وفهرسة ونشر وبحث واسترجاع المعلومات، وتفيد المستخدم بمكان نشر المعلومات؛ حيث إنّها تعمل كوسيطٍ بين المستفيد وناشر المعلومات، وتتوفّر على شبكة الإنترنت مجموعةٌ كبيرةٌ من نظم البحث يمكن تصنيفها حسب:محتوياتها،.والغرض منها،.وطريقة ترتيب بياناتها،.وطريقة تصفحها والبحث فيها.

وتشمل تلك الأدوات الفهارس، والأدلة، والباحثات في الفهارس، ونظم البحث المكانيّة، والباحثات في الأدلة الهاتفيّة (yellow pages)، والباحثات عن البرامج المشاعة، والباحثات في قواعد المعلومات والمعلومات العلميّة وحلقات النقاش، واشتهر من تلك الأنظمة نوعان هما أدلة الإنترنت وفهارس الإنترنت، يختلفان في طريقة جمع المعلومات، وفهرستها، وطريقة البحث فيها.

أدلة الإنترنت:

تقوم أدلة الإنترنت بتصنيف أغلب محتويات الإنترنت حسب موضوعاتها على شكل سردٍ هرمي مشابه للتصنيف المستخدم في المكتبات، ويكون التصنيف في الغالب يدوياً، حيث يقوم العاملون على الأدلة بتتبع مواقع نشر المعلومات بطرق بحثٍ مختلفة، وتسجيل موضوعات وأماكن نشر تلك المواقع وملخص لمحتوياتها، ويكون الدليل في الغالب دقيقاً في تصنيف المعلومات، ولكنّه لا يعطي رصداً لكامل محتويات الإنترنت؛ لاعتماده على التحديث اليدوي الذي يكون في الغالب مكلفاً في الجهد والوقت.

ومن أشهر الأدلة على شبكة الإنترنت دليل ياهو (www.yahoo.com) الذي أُنشئ في أواخر عام 1994 م، ويحوي رصداً لأكثر من ثمانمائة ألف موقع، ويوجد منه نسخ متعددة بلغاتٍ مختلفة، وفي أماكن متفرقة من العالم.

فهارس الإنترنت:

تعطي فهارس الإنترنت رصداً آلياً للتعابير والمفردات الواردة في المعلومات المنشورة على شبكة الإنترنت مع بيان بأماكن نشرها، وتُنتج تلك الفهارس للمستخدم للبحث فيها عن مفردات أو تعابير باستخدام طرق بحثٍ مختلفة.

ولطبيعتها الآلية تقوم الفهارس برصد معلوماتٍ أكثر من تلك المعلومات التي تحويها الأدلة، وتتميز بتغطيةٍ كبيرة (مئات الملايين من المعلومات) أي تغطيةً جغرافيّة واسعة، وسهولة الاستخدام، وخصائص بحث متقدمة، ومن أشهر تلك الفهارس على الإطلاق نظام ألتا فيستا (www.altavista.com) الذي أُنشئ في نهاية عام 1995 م من قبل شركة ديجبتال، وكذلك نظام هوت بوت (www.hotbot.com)الذي أنشئ في يونيو عام 1996 م.

يتوفر على شبكة الإنترنت القليل من أدوات البحث والفهارس التي تخدم اللغة العربيّة، وربما يكون السبب قلة المنشور باللغة العربيّة على شبكة الإنترنت، ومن أشهر هذه الأدوات دليل "أين" ((www.ayna.com، ودليل النسيج(www.naseej.com) ، وفهرس الإدريسيّ(www.alidrisi.com) .

ج- النشر:

إنّ سهولة عملية النشر على شبكة الإنترنت كان لها دورٌ رئيسيّ في انتشار استخدام الشبكة خلال السنوات العشر الماضية، لقد أدى ذلك إلى سرعة غير مسبوقة في ضخ معلوماتٍ هائلة ومتنوعة على شبكة الإنترنت، ويمكن للمستخدم الوصول إلى أي معلومةٍ يُريدها من الأخبار إلى السياحة ومن الفن إلى الرياضة وبوسائل لا تتطلب أي خبرةٍ تقنيّة، فهي في متناول العامة من الناس والطفل الصغير، ولا تقتصر المعلومات على صيغة النصوص، بل تتعداها إلى الصور والصوت والصور المتحركة.

وممّا يجدر ذكره أنّ هذا الكم الهائل من المعلومات على شبكة الإنترنت سلاحٌ ذو حدين، فكما أنّها وسيلةٌ تثقيفيّةٌ فقد أُستخدمت لبث معلوماتٍ غير مفيدةٍ، بل وحتى هدامة؛ ولذا فإنّه يجب تثقيف المستخدم العربيّ لتفعيل الاستخدام الأمثل لهذه الشبكة إنّ تصميم ونشر الصفحات على شبكة الإنترنت تتم إمّا:

- باستخدام لغة ترميز النصوص المترابطة (HTML)مباشرةً.
- باستخدام بعض برامج التصميم والنشر، والتي تُمكّن المستخدم بتصميم ونشر الصفحات على الإنترنت بدون سابق معرفةٍ بلغة ((HTML)).

لقد تطورت عملية النشر على الإنترنت بشكلٍ مذهلٍ خلال السنوات الثلاث الأخيرة، وقد تمّ تطوير وسائل جديدة ومتعددة، مثل استخدام لغة صفحات الخادم المتحركة (ASP) من شركة مايكروسوفت ولغة .(PHP)

ثانياً– استخدام الإنترنت في التجارة "التجارة الإلكترونيّة":



بدأت شبكة الانترنت كنظامٍ غير تجاريّ لا يهدف إلى الربح، وكان استخدامها مقتصراً على المؤسسات العلميّة ومراكز الأبحاث، إلا أنّه منذ أوائل التسعينيات بدأ الأمر يختلف حيث بدأت شبكة الإنترنت تتحول إلى المجال التجاريّ، وتزامن ذلك مع إنشاء جمعية التبادل التجاريّ للإنترنت، وتبعها القيود التي فرضتها "Nsfnet" على العمليات التجاريّة التي تتمّ عبر الشبكة.

وتتوسع الأعمال التجاريّة من بيع وشراء للمؤسسات والأفراد من خلال الإنترنت، ويعود السبب في نجاح البيع والشراء بالإنترنت "التجارة الإلكترونيّة" إلى أنّ الشبكة:بصبغتها التجاريّة سهلت الطريق على العملاء، لأنّ التجار يبحثون عنهم كمشترين، فيقدمون الإعلانات عن بضائعهم في صورة "صفحة ويب" تحتوي على:

- كل المعلومات التي يرغب في معرفتها عن السلعة التي يرغب في شرائها.
- التسهيلات العصرية للبيع والشراء، كأن يضغط على أيقونةٍ ما لتتم عملية الشراء عن طريق البريد الإلكترونيّ، وهذا بالطبع مرتبط بتطوير إمكانية استخدام طرق المصارف الحديثة في تحويل البطاقات المصرفيّة الحديثة لحساب المشترك، مثل "Credit Cards" "Car Bank" لإنجاز العملية بسرعة.

ثالثاً- التعليم عبر الإنترنت:



يختص مفهوم التعليم عبر الإنترنت أو التعليم عن بعدٍ بتنمية الموارد البشريّة وإعداد الكوادر الفنيّة، عن طريق التدريب والتعليم من خلال شبكة الإنترنت أو عبر الأقمار الصناعيّة، وقد تمّ اللجوء إلى هذا الأسلوب لاستغلال التقنيات الحديثة وتكنولوجيا الاتصالات في جميع المجالات الحياتيّة، ويفيد الأسلوب الجديد في التغلب على الصعوبات والتحولات التي تواجه نظم التعليم التقليديّة سواء من خلال التعليم النظاميّ أو التدريب، وهو ما يُطلق عليه نظام التعليم وجهاً لوجه.

إنّ التعليم عبر الإنترنت حقق ميزةً جديدةً وهي مواجهة الحصار، ففي ظل الحصار المفروض على الشعب الفلسطينيّ، وتقطيع أوصاله من قبل قوات الاحتلال الصهيونيّ استطاع أستاذ جامعي أن يواجه الحصار من خلال تأسيسه لموقع باسمه عبر الإنترنت وخصصه لمحاضراته، من أجل التواصل مع طلابه المحاصرين في جنوب غزة ومناطق أخرى، بحيث يُمكن للطالب الوصول إلى محاضراته وهو في بيته، دون أن يحتاج إلى الانتقال والوصول إلى الجامعة.

وأصبح التعليم عن بعد أو عبر الإنترنت وسيلةً مهمّةً جداً لتحديث العملية التعليميّة، ويتطلب الأمر من هذه الأنظمة أن توفر معلوماتٍ جادة مع كلّ ما يستلزم ذلك من أدوات وبرامج وموجهات ومسارات وفرص للقيام باتصالاتٍ جديدة، والدخول إلى قواعد البيانات الرئيسيّة، والجدير ذكره هنا أنّ هذا النوع من التعليم بدأ في التسعينيّات، وتطور إلى أن أصبح هناك جامعاتٌ عديدة توفر التعليم عبر الإنترنت، وتمنح شهاداتٍ جامعيّة في كافة التخصصات للراغبين.

رابعاً_ خدمات العلاقات العامّة بالإنترنت:

إن لظهور مصطلح العلاقات الشبكيّة، والتي من المتوقع أن تطغى على العلاقات التقليديّة التي كانت سائدة قبل ظهور الإنترنت، أثّر على أهميّة العلاقات العامّة.

إن للإنترنت أهميّةٍ كبرى في توفير المعلومات والبيانات التي كان لها دورٌ كبيرٌ في خدمة العلاقات العامّة، من خلال توفير وإمداد المنظمات المختلفة بأسماء الصحف والمجلات التي وردت بها مواضيع عن المنظمة وطبيعة هذه الرسائل ومحتواها، وقد تستخدم المنظمة الإنترنت لـ:

- البحث عن عملاء جدد لها.
- أو في الحصول على نتائج أبحاث خاصة بالرأي العام.
- وكذلك الحملات الترويجيّة التي تقوم بها الشركات لتحسين صورتها لدى المشتركين.
- بالإضافة إلى ما تقوم به من إعلاناتٍ في الشبكة عن أهدافها وسياساتها، كلّ ذلك من شأنه أن يُحسن صورة المنظمة، ويقوم بتحقيق خدمة العلاقات العامّة بالإنترنت.

خامساً: خدمات طبيّة على الإنترنت:



تحتوي شبكة الإنترنت على العديد من المواقع الطبيّة التي بمقدورها أن تقود المريض إلى أول خيطٍ يمكن أن يصل به إلى الطبيب أو المستشفى التي يريدها، وبعد ذلك يمكن أن تصبح أداة تواصل رخيصة سرية ودقيقة بلا متاعب بينه وبين طبيبه المعالج، بل وغيره من المرضى حتى لو كانوا على الطرف الآخر من الكرة الأرضية.

فلو أراد المستخدم البحث عن طبيبٍ أو مستشفى، فيمكنه التوجه إلى المواقع التي تعمل كدليلٍ طبيّ، وتوجد بها قواعد بيانات تضم معلومات كاملة عن الأطباء في التخصصات المختلفة،

وأسمائهم، وعناوينهم، وأرقام تلفوناتهم الخاصة، وتلفونات العيادات والمستشفيات التي يعملون بها.

كما تضمّ عناوين البريد الإلكترونيّ للطبيب الذي من خلاله يستطيع المريض أن يضغط بالماوس، ويكتب عبر النافذة التي تفتح أمامه ما يطلبه أو يحتاج إليه من الطبيب، سواء أكان حجزاً، موعداً، أو خلافه؛ ثمّ يقوم الطبيب أو الموظف المختص في عيادته ليرتب له موعداً، ويمدّه بالمعلومات الأخرى التي يحتاجها، مثل أجر الطبيب، وكيفية الوصول للعيادة، وغيرها.

بالإضافة إلى احتواء الإنترنت على:

- العديد من المواقع التي تقدم قوائم البريد والنشرات الإلكترونيّة المجانيّة حول مرض المريض، وتشرح تجارب غيره من المرضى.
- وكذلك هناك العديد من المواقع التي توفر للمستخدم البحث عن الأدوية وكيفية بيعها ومعلومات عنها وكيفية استخدامها وأسعارها وكافة المعلومات عنها.
- إضافةً إلى العديد من البوابات الطبيّة والتي تعدّ معبراً يقود زائرها إلى مئات، بل آلاف المواقع الطبيّة المتخصصة.

سادساً- مزايا استخدام شبكة الإنترنت:

وباستعراض الكاتب لهذه الخدمات المختلفة المقدمة عبر شبكة المعلومات الإلكترونيّة يمكن أن نخلص إلى العديد من المزايا التي تتميز بها شبكة الإنترنت، ونجملها في الآتي:

1. الحجم والمجال ""Size and scope".
2. التكلفة 'Cost".
3. السهولة في الاستخدام "Easy of use".
4. البحث عن الجديد "The search of Novelty".
5. الصالونات الفضائيّة والمجتمعات الرقميّة Communities Cyber salons and "digital".

6. الشرعية "Legitimacy".
7. التحرر من الوهم والجدال"Disillusionment and Controversy" .

سابعاً– الآثار السلبيّة لاستخدام شبكة الانترنت:

وبالرغم ممّا تتسمّ به شبكة الإنترنت من مزايا، فهناك بعض الآثار السلبيّة لاستخدام شبكة الانترنت، وهي:

1. عدم السرية والثقة والمصداقية فيما يُسمّى بالتوقيع الإلكترونيّ في التجارة الإلكترونيّة.
2. الإنترنت هوسٌ إعلاميّ، وتقليد أعمى بين سكان الأرض.
3. تقنيات عالم الكمبيوتر وما يتبعها من شبكات معلومات، هي خدمة لرجال الأعمال والإدارة العليا فقط
4. لا شكّ أنّ التعامل مع الكمبيوتر يحتاج إلى تعلمٍ وتدريبٍ لفهم كيفية عمله أولاً، وكيفية عمل البرامج.
5. التعقب باستخدام نظم معلوماتيّة رقميّة تُدعى "cookies".
6. النسخ الرقميّ الذي يمكن أن يمسح من خلالها ضوئياً، ويخزن رقمياً وهذا دون ترخيص، ويؤثر على الناشرين والمؤلفين.
7. تأثيرات الإنترنت ومستحدثات التكنولوجيا في انتشار الأمراض النفسيّة.
8. انتشار جرائم الإنترنت، حيث أدى ظهور الشبكة إلى ظهور نوعية جديدة من الجرائم التي ترتكب باستعمال الشبكة.
9. شبكة الإنترنت تعاني من مأزق الفوضى المعلوماتيّة التي لا نهاية لها، فمعلومات الإنترنت مبتورةٌ.
10. تسمح للأفكار والمعتقدات المتطرفة أن تدخل الشبكة.
11. عدم كفاية أمن المعلومات المنتشرة بالإنترنت.
12. بث الإنترنت للمواد المشجعة على العنف، والإجرام، والجنس، والمضايقة، والقرصنة، وتسرّ بالمعلومات الصحفية.

13. الانفتاح الكبير في الإنترنت على كل المجالات والموضوعات دون رقيبٍ ولا حسيب، يجعلها وسيلة نشر موادٍ سيئة.
14. مراقبة بعض الحكومات دخول مواطنيها إلى مواقع شبكة الإنترنت.

ثامناً- التطبيقات الإعلاميّة لشبكة الإنترنت:

عند ظهور أية وسيلةٍ إعلاميّةٍ حديثةٍ تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدم منها، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلةٍ إعلاميّةٍ على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين، اعتقد الكثير أنّ هذا الإعلان لأفول الصحافة الورقيّة، كما أنّ ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة والإذاعة، نفس الإحساس والتوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الإنترنت، لما تملكه هذه الشبكة من سماتٍ اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلاميّة الأخرى.

ورغم كل التنبؤات فإنّ جميع الوسائل الإعلاميّة حافظت على وجودها، كون كلّ وسيلةٍ إعلاميةٍ لها سماتها الخاصة التي تكوّنت نتيجة الحاجة إليها، وإنّ ظهور أية وسيلةٍ إعلاميّةٍ جديدة تدفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلاميّ بكفاءةٍ عالية، على هذا كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلاميّة الأخرى من حيث المضمون الإعلاميّ والشكل الفنيّ، حيث:

- ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثيرٍ من الوسائل الإعلاميّة التقليديّة، وذلك من خلال الخدمات المباشرة، وكذلك من خلال الاختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلاميّة.
- وأسهمت منتديات الإنترنت في تلمس حاجات جماهير ووسائل الإعلام.
- وساعد البريد الإلكترونيّ في اختصار المسافة الاتصاليّة بين القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلاميّة وجمهور هذه الوسائل، وهو ما يُطلق عليه الاتصال التفاعليّ، بعدما كانت العملية الإعلاميّة تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلاميّة إلى جمهورها.

واستفادت جميع الوسائل التقليديّة للإعلام من الإنترنت لزيادة انتشارها ووصولها إلى كل مكانٍ في العالم دون تكلفةٍ تُذكر، بعدما كان الكثير منها يوزّع في نطاقٍ محدودٍ. كما ساعدت شبكة الإنترنت من خلال سهولة الاتصال بالشبكة وسرعتها الجميع أينما وُجدوا، هذا بالإضافة إلى تميز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة؛ لأجل هذا تغيرت صور الوسائل الإعلاميّة كثيراً بعد ظهور وانتشار شبكة الإنترنت عالمياً، حيث باتت هذه الشبكة كوسيطٍ اتصالي جديد بالإضافة إلى التطبيقات التقليديّة، كالإذاعة، والتلفزيون، والصحف التقليديّة.

ويعلل الدكتور "عباس مصطفى صادق" هذا التغيير بالقول "لقد تجمعت في الإنترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية، وهي تجمع بين خصائص الاتصال الجماهيريّ والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلامياً بمعزل عن الجماعة، وبجانب كون الشبكة نفسها وسيلة اتصاليّة تصنف بعض الخدمات من خلال شبكات ومواقع داخلها على أنّها محطاتٌ إذاعيّة، أو شبكاتٌ تلفزيونيّة، أو صحفٌ، أو وكالات أنباء، أو خليط من هذا وذاك.

أمّا الدكتور "الصادق رابح" فيقول "شهد العالم منذ ربع قرن الكثير من روائع التكنولوجيات الحديثة، فكانت أشرطة الفيديو والكابل سنوات السبعينيّات، ثمّ القنوات الإذاعيّة المحلية (FM) والتليماتيك (الاستعمال المقترن لتكنولوجيا المعلوماتيّة ووسائل الاتصال في إنتاج وبث وتوزيع ومراقبة المعلومات)، والمعلوماتيّة والتلفزيون عالي الأداء (نقاء الصورة)، ثمّ التلفزيون التفاعليّ، وأخيراً الإنترنت والطرق السيارة للمعلومات" ويضيف: نتيجة ظهور الإنترنت فإنّ الشبكات الجديدة للاتصال تغيّرت بعمقٍ في طرائق البحث عن الأخبار وإنتاجها وتوزيعها، والواقع أنّ الثورة الرقمية قد أعادت تشكيل الواقع ورؤيتنا له، لكن المفارقة أنّ العالم وهو يعيش هذه المرحلة الحاسمة في تاريخه يبدو عاجزاً عن توقع نتائج آثار الهزات التي تعرفها كل الفضاءات الجماعيّة.

ومع تدفق التقنيات الإعلاميّة الجديدة فإنّ المفاهيم الإعلاميّة ونظم الاتصال الجماهيريّ أخذت أشكالاً جديدة، وأجبرت الوسائل التقليديّة على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت من خلالها معايير عالميّة جديدة للاتصال الجماهيريّ. وهنا يقول

بودي "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذةٍ على العالم فإنّ الإعلام الرقميّ استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت".

ويرى الدكتور "السيد بخيت" أنّ شبكة الإنترنت أضافت وظائف أخرى للاتصال الجماهيريّ من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل، كما قللت من أهميّة وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام، فعندما تقع أحداث إخباريّة ما، فإنّ المهتمين بها يبثون رسائل عبر الإنترنت مباشرةً للآخرين لكي يقرؤوها، وتمثل هذه الوظيفة تحوّلاً مهمّاً عن وسائل الإعلام التقليديّة، ويضيف أيضاً: أفرزت الثورة الاتصالية ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية، أي بين المستقبل والمرسل، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه، بل عمليةٌ تفاعلية، ولم يعد المستقبل متلقياً سلبياً، بل يلعب دوراً إيجابيّاً ومؤثراً في الفعل الاتصالي، كما أصبح بمقدوره التحكم في العملية الاتصالية ومن خلال عمليات الانتقاء والاختيار، ممّا يعطيه سيطرة أكبر على عملية الاتصال، وهو ما يمكن أن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليه كماً وكيفاً، كما أثّرت هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة، والتبادل، والقابلية للتحرك، والتوصيل، والشيوع، والانتشار، والقابلية للتحويل.

ويقول الدكتور "محمد الأمين موسى أحمد": إنّ شبكة الإنترنت أحدثت ثورةً في التواصل الجماهيريّ، من حيث الانتشار والصفة الدورية واحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية، فبالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتمّ من خلال وسيلةٍ جماهيريّةٍ جديدةٍ ألا وهي الموقع site، فجذبت إليها هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليديّة Conventional ،وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات، وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتب، صحيفة، مجلة، وكالة أنباء، سينما، إذاعة، تلفزيون)، وشجّعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور من تجربة التواجد التقليديّ (الورق، الشاشة، المذياع، التلفاز).

وقبل انطلاقة شبكة الإنترنت كان الفيديو تكس أحد التطبيقات الشائعة لوسائل الإعلام التفاعليّة، وسمح هذا التطبيق لمستخدميه بإرسال بيانات واستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر أو مستخدمين آخرين للفيديو تكس، بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصورة.

ومع تطور انتشار شبكة الإنترنت ظهرت تطبيقاتٌ جديدة لا هي صحفٌ، ولا وكالات أنباءٍ توفرها جهاتٌ مختلفة، مثل المستعرضات وآلات البحث التي تقدم خدماتٍ إخباريّة بالنص والصورة والصوت، كمستعرضي نيتسكيب Netscape وميكروسوفت اكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمةً إعلاميّةً تغطي اهتماماتٍ مختلفة. كما أنّ هناك مواقعٌ إعلاميّة تجمع كل أشكال الإعلام بنفس القوة، مثل فوكس نيوز Fox News الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية، فلا هو صحيفةٌ، ولا هو وكالة أنباءٍ، ولا هو قناةٌ تلفزيونيّة، بل هو موقعٌ إخباريّ استفاد من خصائص وميزات النشر في الإنترنت.

وتأثرت وسائل الإعلام بالإنترنت، حيث جذب النشر عبر الشبكة نسبةً كبيرةً من جماهير هذه الوسائل، ففي استطلاع أجرته شركة الأبحاث البريطانية المعروفة باسم الاستراتيجيات التحليلية، تبيّن أنّ القنوات التلفزيونيّة تخسر ملايين المشاهدين لصالح الإنترنت، ويقول ديفيد "مارسر" مدير الشركة "إنّ التلفزيون هو الوسيط الإعلاميّ الذي يعاني بشكلٍ أكبر جراء تزايد عدد مستخدمي الإنترنت السريع، فعددٌ كبيرٌ من المشاهدين يختارون قضاء أوقات فراغهم في تصفح شبكة الإنترنت، ويفضلون البحث عن مضامين ترفيهيّة لم يجدوها في السابق في التلفاز".

تاسعاً- نماذج التطبيقات الإعلاميّة لشبكة الإنترنت:

1-تتطور تكنولوجيات شبكة الإنترنت وتطبيقاتها بسرعةٍ كبيرة، فلا يكاد يمضي يومٌ إلا ويضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتيّة تطويراتٌ لتطبيقاتٍ إعلاميّة موجودة في الشبكة، ومن نماذج التطبيقات الموجودة

1-وكالات الأنباء:

حيث لا تتخلف أية وكالة أنباء عالميّة كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الإنترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز، والأسيوشيتد برس، ووكالة الأنباء الفرنسية، وشينغوا، ويونايتد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالاتٍ إقليميّة وقوميّة ومحليّة خدمات



إخباريّة بمختلف أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجاناً وبعضها بالمقابل، وتقدم بعض الوكالات خدماتها الإخباريّة السياسيّة والاقتصاديّة والرياضيّة بلغاتٍ عالميّة مختلفة كوكالة الصحافة الفرنسيّة ورويترز وشينغوا، كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجاتٍ شبكيّة من خدمات الصور والرسوم، بالإضافة إلى خدمةٍ تلفزيونيّة تقدم نماذج للقطاتٍ تلفزيونيّة.

2-إذاعة الإنترنت:



وهي عبارة عن تطبيقات برامج صوتيّة كمبيوتريّة، يتمّ استخدامها للبث عبر الشبكة اعتماداً على تكنولوجيا تدفق المعلومات streaming؛ لتشغيل المواد الصوتيّة Audio أو الفيديو Video، فلم تعد الإذاعة عمليةً مركبةً تحتاج إلى شغل قناةٍ محددة في أوقاتٍ محددة. ويقول محمد عارف: "إنّ راديو الإنترنت متعدد الوظائف، وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلاميّة من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات، وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتيّة والمرئيّة وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الإنترنت. وتتيح الشبكة الرقميّة لكلّ فردٍ أن يبث برامج إذاعيّة أو تلفزيونيّة".

3-البث التلفزيونيّ عبر الإنترنت:



ويستخدم البث التلفزيونيّ عبر الإنترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتيّة والمرئيّة لتظهر على شكل بثٍ حي مباشر، يمكن مشاهدتها باستخدام عدّة برامج تبعاً لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث, ويتمّ تغذية محطة التقاط البث

الخاصة بالإشارات الصوتيّة والمرئيّة التي تكوّن مجتمعة في الملف المراد بثه ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط والتحول إلى هيئة العرض، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكةٍ رقميّة إلى أحد ملقمات الإنترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري."

ويقول بهاء عيسى": مع كلّ التقدم الحاصل في شبكة الإنترنت، إلا أنّ البث التلفزيونيّ في الشبكة لم يصل إلى النضج التكنولوجيّ الذي يضعه في خانة الاعتماديّة ؛ حيث إنّ تنزيل الصورة يأخذ زمناً طويلاً، وهي نفسها ما زالت ضعيفةً في مستواها الفني الذي ينبغي أن تكون عليه، وتشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونيّة المواقع الإعلاميّة والمعلوماتيّة الكاملة، حيث يتمّ من خلالها تقديم المواد الإخباريّة والمعلومات التي يوفرها التلفزيون، مثال ذلك شبكة سي إن إن CABLE NEWS NETWORK.

كما استفاد البث التلفزيونيّ عبر الإنترنت من كافة المواد الفيلميّة التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهةٍ معيّنةٍ سواء:

- تلك التي ترتبط بعملياتٍ عسكرية كما حدث في العراق ودول أخرى في العالم.
- أو الجرائم التي يُصوّرها هواةٌ عرضياً، أو حتى التي تصوّر من خلال كاميرا أجهزة الهاتف المحمول.

4-خدمة الإخبار بالهاتف المحمول:



وبالنظر لاشتراك الهاتف المحمول بالكمبيوتر وكذلك الإنترنت؛ لذلك فقد تمّ الاستفادة من المشترك بين الهاتف المحمول والإنترنت، فتمّ توفير ميزة تلقي البريد الإلكترونيّ، ويتمّ عبر خدمة الرسائل الهاتفيّة SHORT MESSAGE SERVICE تقديم طيفاً واسعاً من الخدمات الإخباريّة للمشتركين، تشمل خدمات وكالات الأنباء، وبعض الصحف اليوميّة، والمواقع الإخباريّة في شكل نصوصٍ أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول. هذا بالإضافة لاستقبال وإرسال وعرض

الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتيّة والبصريّة كلّ ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتفٍ إلى آخر، أو من هاتفٍ إلى بريدٍ إلكترونيّ على شبكة الإنترنت.

5-خدمة الويب:

وهو نظامٌ كمبيوتريّ، يحوّل صفحات الإنترنت المصممة للكمبيوتر ليجعلها صغيرةً بشكلٍ يناسب شاشات الهواتف المحمولة أو الأجهزة الإلكترونيّة المحمولة الأخرى.

ويقول د.رميح بن محمد الرميح": تمّ تطوير بروتوكول الويب في العام 1997 م، عندما اجتمعت بعض الشركات المصنعة للهاتف المحمول وعلى رأسها نوكيا وموتورولا وأريكسون، بالإضافة إلى شركة فون دوت كوم التي كانت تُسمّى في ذلك الحين UNWIRED PLANET، بغرض ربط أهمّ شبكتين في العالم، شبكة الهاتف المحمول وشبكة الانترنت، فيستفيد المستخدم من خاصية المحمول وما تقدمه شبكة الإنترنت من خدماتٍ ومعلوماتٍ؛ أمّا التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الويب فتتضمن الرسائل الصوتيّة والإلكترونيّة، الحوار، التصفح، أو الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم، وحركة الطيران، والتجارة المتنقلة، الدخول على الشبكات المحلية، وغيرها.

6-النشر الإلكترونيّ:

مع انتشار الإنترنت وخروجها من إطار الاستخدامات الحكوميّة والجامعيّة المحدودة برزت ظاهرةٌ ما تُسمّى بالنشر الإلكترونيّ Electronic Publishing (للصحف، والمجلات، والمدونات، ومواقع المعلومات، وغيرها...). وبدءاً من تسعينيّات القرن العشرين بدأت الصحف في الخروج إلى الإنترنت بدوافع عديدة، لعلّ من أهمّها محاولة الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة لتعويض الانخفاض المتزايد في عددٍ من قرائها وفي عائدات الإعلان.

ويقول الدكتور حسني محمد نصر" قبل عام 1995 م وتحديداً في عام 1993 م: كان هناك عشرون صحيفةً وعددٌ قليلٌ من المجلات والنشرات الإلكترونيّة، وكان عدد الصحف التي استطاعت أن تقيم لها مواقع إلكترونيّة على الشبكة لا تتعدى ست صحف كبرى وعدد من الصحف الصغيرة، وبمرور الوقت وبحلول منتصف التسعينيات أصبحت غالبية الصحف الصغيرة لها مواقع على الشبكة، بعضها يضم النسخة الكاملة من الصحيفة

المطبوعة ومنتجات معلوماتيّة أخرى، وفي بداية 1996 م كان على الشبكة صحيفة إلكترونيّة، وفي أكتوبر من نفس العام بلغ عدد الصحف على الشبكة 1652 صحيفة. وقد ارتفع هذا الرقم في منتصف عام 1997 إلى نحو 3622 صحيفة، وارتفع مرةً أخرى في نهاية ذلك العام إلى أربع آلاف صحيفة".

ويوفر النشر الإلكترونيّ سهولةً كبيرةً في تحديث المعطيات.

وساعد التوسع في استخدام النشر الإلكترونيّ في تحديد التوجه نحو عددٍ أقل من النظم، وتعزيز التوجه نحو الربط بين هذه النظم لتصبح قادرة على التخاطب وتبادل المعطيات فيما بينها.

ويوفر استخدام النشر الإلكترونيّ ميزةً فريدةً لا يمكن الحصول عليها بالوسائط التقليديّة الورقيّة، "حيث يمكن استخدام نظم النص الممنهل Hypertext التي تتضمن الوصلات البرمجيّة التي تستخدم للانتقال من كلمةٍ محددةٍ في النص إلى ملفٍ صوتي يشرح هذه الكلمة، أو إلى صورةٍ تتعلق بهذه الكلمة، أو إلى شرحٍ تفصيليّ بنصٍّ مطول يُوضح مدلولاتها، والعنوان أو الكلمة التي تُستخدم لهذا التطبيق تظهر عادةً بلون أخضر أو أي لونٍ آخر مختلف عن لون النصّ الأصلي، ويكفي الضغط عليها بالفأرة للانتقال إليها ضمن دليل الاستخدام مما يتجاوز كثيراً مما يمكن أن تقدمه الوثائق المطبوعة، كما يؤمن سرعة النفاذ إلى المعلومة المطلوبة.

ويرى محمد محمد أنّه بات من المألوف لجوء عددٍ كبيرٍ من المؤسسات العاملة في مجال النشر الإلكترونيّ إلى استخدام الأقراص الضوئيّة المدمجة CD–ROM، فلقد أصبح بالإمكان استخدام تقانة الأقراص المدمجة لتخزين كمياتٍ هائلة من المعلومات، وعندما يحتاج المستفيد إلى استرجاع هذه المعلومات يستطيع أن يبحث ويقرأ ويقتبس أي جزءٍ من المعلومات في وقتٍ قصيرٍ جداً، بواسطة برامج حاسوبيّة مصممة بالطريقة الملائمة، ويستطيع القرص المدمج العادي أن يخزن 600 ميجا بايت أي ما يعادل 200.000 صفحةً مطبوعة.

لقد أمكن للصحف الإلكترونيّة من خلال النشر الإلكترونيّ تحديث صفحاتها في فتراتٍ متقاربة، نظراً للسرعة التي تتمتع بها الشبكة، وفيما كانت تنتظر الصحف الورقية يوماً كاملاً لصدور طبعة جديدة لتحديث أخبارها، فإنّ الصحف الإلكترونيّة تقوم بتحديث

صفحاتها بشكلٍ مستمرٍ، كما تفعل بعض كبار الصحف الأميركيّة New York Time التي تقوم بتحديث موقعها كلّ عشرين دقيقة، وتصل في بعض الأحيان إلى خمس دقائق. وباتجاه الإفادة من النشر الإلكترونيّ أقبل العديد من المؤلفين ودور النشر على نشر إصداراتهم عبر الشبكة من خلال تقنية الكتاب الإلكترونيّ E-Books، الذي يشهد زيادةً مضطردةً في أعداد الراغبين باقتناء الكتب من خلاله؛ نتيجة الصعوبات التي تواجه الكتاب التقليديّ والقائمين على دور النشر التقليديّة وبخاصة الصغيرة منها.

عاشراً- السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت:

من خلال الأشكال الاتصالية التي تتم عبر شبكة الإنترنت كوسيلةٍ إعلاميّةٍ متعدد الوجوه، والتي تتضمن مجموعةً مختلفةً من الأشكال الاتصالية هي، من طرفٍ واحدٍ إلى طرفٍ آخر، ومن طرفٍ إلى عدّة أطراف، ومن عدّة أطراف إلى عدّة أطراف أخرى، فإنّ مفاهيم اتصالية جديدة ظهرت وارتبطت بشكلٍ كبيرٍ بدراسة الإنترنت، وتبعاً لسماتها الرئيسية استطاعت شبكة الإنترنت أن تجمع الخصائص



التي تتميز بها الوسائل الاتصالية الإعلاميّة التقليديّة، فقد تمّ دمج العناصر الطباعيّة المميزة لوسائل الإعلام المطبوعة والحروف، والصور، مع العناصر المميزة للوسائل المرئية، الصور المتحركة والألوان.

ومن هذه المفاهيم:

1- التفاعليّة interactivity:

وهي تعني رجع الصدى، وقد عرّف Durlak التفاعليّة بأنّها العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال، من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد،

كما عرّف Refaeli التفاعليّة بأنّها أحد القنوات التي يمكن نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة.

وقد ساعدت التفاعلية على:

- تخصيص المواقع الإلكترونيّة صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين، بحيث يمكن لأصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والأنشطة.
- كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آرّاء الجمهور في إعداد المواد الصحفيّة للصحف المطبوعة، أو البرامج التلفزيونيّة، أو الإذاعة التقليديّة، إلى جانب تلك التي تتوفر عند شبكة الإنترنت.

2- سهولة الاستخدام **Accessibility**:

تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهمّ عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهدٍ جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من موادٍ خاصة، مع استخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة، مثل الوسائط المتعددة، وغيرها.



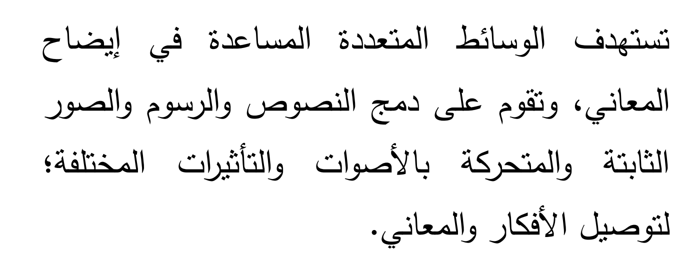
وتشمل سهولة الاستخدام جوانب كثيرةً، من أهمّها سهولة الحصول على المعلومات، إلى جانب تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصيّ بين الجماهير، الأمر الذي هيأ الاتصال بين عددٍ كبيرٍ من الأشخاص، وتبادل الرسائل فيما بينهم، في وقتٍ كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية، ولتدعيم هذه السمة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الإنترنت بسهولةٍ، حتى لذي الاحتياجات

الخاصة، بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول على البريد الإلكتروني والمواقع المختلفة على الشبكة، والاستفادة من معطياتها الحديثة، ومتابعة الأخبار، والتطورات الأخيرة.

ومن سهولة الاستخدام للشبكة:

- تعرض مستخدميها للمواقع المتاحة والحصول على أعدادٍ كبيرةٍ من مصادر المعلومات.
- مع إمكانية ربط القصص الإخباريّة بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاصّ بهذه المواقع.
- وكذلك من خلال الاستفادة من تقنية النصّ التشعبيّ Hypertext التي تتيح الوصول إلى مواقع أخرى عبر الشبكة،.ولا تقتصر تقنية النصّ التشعبيّ على النصوص والكلمات فقط، بل على الصور والرسوم التوضيحيّة Hyper Links.
- هذا بالإضافة إلى التفاعليّة الميسرة بسهولةٍ للمستخدمين، والكم الجمعي الذي يتوافق مع سهولة الاستخدام، حيث يمكن للمرسل إرسال رسالته إلى ملايين المستقبلين في وقتٍ واحدٍ دون عناء.

3-الوسائط المتعددة Multimedia:



تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة؛ لتوصيل الأفكار والمعاني.



ويرى غيبس "أنّه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات تحسين الاتصال وإثراء المواد المقدمة عبرها".

وأسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئةٍ متميزةٍ، تساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطاتٍ مسموعةً ومرئيةً، وصوراً ورسوماً كاريكاتيريّة.

ويعد موقع CNN على الإنترنت أول المواقع الإخباريّة التي استفادت من الوسائط المتعددة، حيث تمّ وضع إعلاناتٍ بواسطة الوسائط المتعددة على الموقع بقدراتٍ كبيرةٍ مستفيدة من تقنيات الصوت، والصورة التلفزيونيّة. وفي عام 1996 خطت قناة الجزيرة خطوةً مهمّةً في مجال نقل المعلومات إلى المتلقين العرب، وذلك عبر استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة، ممّا حفّز الجمهور على المشاركة الفعالة والفوريّة. وبالطبع فإنّ الوسائط المتعددة الآن هي سمة غالبية المواقع الإخباريّة التي استفادت من مزاياها لنقل الصورة والصوت والكلمة في آنٍ واحدٍ، وتبعها الموقع الإلكترونيّ في مطلع يناير 2001 ليتابع المهمّة التي بدأتها القناة.

4-سرعة الحصول على المعلومات:



توصف شبكة الانترنت بالطريق الإلكترونيّ السريع للمعلومات؛ نتيجة التقنيات المتوفرة فيها، والتي مكّنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه، وفي كلّ عامٍ تظهر من البرامج والنظم الاتصاليّة ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة، مثل تقنية حزمة الإنترنت فائقة السرعة Brodband Internet، وفي المجال الإعلاميّ سعت الكثير من المواقع الإخباريّة لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الإنترنت، حيث طوّرت العديد من الصحف الإلكترونيّة نظامها التحريريّ ليوافق السرعة المذهلة التي تتمتع بها الشبكة، فاعتمدت بعض تلك الصحف والمواقع الإلكترونيّة على تقنياتٍ عالية السرعة؛ لمواكبة الأحداث وبما يمكنها من التحديث المستمر للمعلومات والأخبار كتقنية جافا المتطورة للنشر الإلكترونيّ Rapid

Publish، التي تقوم بربط غرف التحرير الصحفيّة بالشبكة، ممّا يسمح بعرض الأخبار فور حدوثها مع تحديث هذه الأخبار بشكلٍ مستمر.

الخلاصة

تقدم شبكة الإنترنت فوائد جمةً للمجتمع في شتى المجالات، الإعلاميّة منها، والتجاريّة، والأكاديميّة، والطبيّة، والاجتماعيّة، والصناعيّة، والزراعيّة، والسياسيّة. ولا يقتصر استخدام الإنترنت على المختصين في علوم الحاسب الآلي، بل يستخدمها الأكاديميون والباحثون، والأطباء، والإداريون، ورجال الأعمال، والسياسيون، والإعلاميون، والتربويون، والطلبة في مختلف مراحل الدراسة، وعامّة الناس؛ كما أنّ الشركات التجاريّة المختلفة تستخدم شبكة الإنترنت لتطوير وترويج منتجاتها، وتستخدمها الحكومات كوسيلةٍ للتوعية والاتصال بالمجتمعات، ويستخدمها العامة في التثقيف، والترفيه، والاتصالات الشخصيّة.

تستخدم شبكة الإنترنت لعدّة أغراضٍ، منها جلب البرمجيات، وتبادل المعلومات، والمراسلة بالبريد الإلكترونيّ، والدخول على قواعد المعلومات والأجهزة فائقة السرعة، ونشر الإعلانات والتسويق، وتوفير خدمات المساندة، وعقد الندوات المتخصصة إلكترونياً، ومتابعة أخبار العالم أولاً بأول، وأداء الأعمال التجاريّة والحكوميّة.

التمارين

حدد الإجابة الخطأ:

1. الاتصالات الإلكترونيّة هي:

القوائم البريديّة– البريد الالكترونيّ– الصحافة الإلكترونيّة

الإجابة الصحيحة: الصحافة الإلكترونية

2. الآثار السلبية لاستخدامات الإنترنت:

الضرر الذي يلحق بالأطفال– انتشار جراثيم الإنترنت– عدم كفاية أمن المعلومات المنتشرة بالإنترنت

الإجابة الصحيحة: الضرر الذي يلحق بالأطفال

3. من نماذج التطبيقات الإعلاميّة:

الإنترنت– التلفزيون– وكالات الأنباء– النشر الإلكترونيّ

الإجابة الصحيحة: التلفزيون

4. السمات الشكلية للاتصال عبر الإنترنت:

لتفاعليّة– سهولة الاستخدام– الوضوح

الإجابة الصحيحة: الوضوح

5. تقدم شبكة الإنترنت فوائد جمةً للمجتمع في المجالات:

الأكاديميّة– السياسيّة– الجغرافيّة

الإجابة الصحيحة: الجغرافية

المراجع

1. تربان، ماجد سالم. الإنترنت والصحافة الإلكترونيّة– رؤية مستقبلية. (ط.1). مصر. الدار المصرية اللبنانيّة.

2. الزومان، عبدالعزيز بن حمد. (1422). شبكة الإنترنت: دليل تعريفي. الرياض. مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، وحدة خدمات الإنترنت.

3. زين الدين، وسام سمير. (2011). صحافة الإنترنت، دراسة تقييميّة للمواقع الإلكترونيّة المرتبطة بالفضائيات التلفزيونيّة في ظل الأحداث العربيّة المعاصرة 2011، موقع الجزيرة نت نموذجاً. دمشق. جامعة دمشق.

الوحدة التعليمية الثالثة

مجتمع المعلومات

أولاً– النشأة والمفهوم

ثانياً– السياق التاريخيّ والحضاريّ لمجتمع المعلومات

ثالثاً– مجتمع المعلومات والإعلام الجديد

رابعاً– مجتمع المعلومات والعولمة

خامساً– مجتمع المعلومات، من المفهوم إلى الاستخدامات الاجتماعيّة

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يشرح نشأة ومفهوم مجتمع المعلومات
- يحدّد السياق التاريخيّ والحضاريّ لمجتمع المعلومات
- يشرح مجتمع المعلومات والإعلام الجديد
- يشرح مجتمع المعلومات والعولمة
- يشرح مجتمع المعلومات من المفهوم إلى الاستخدامات الاجتماعيّة

مقدمة عن مفهوم مجتمع المعلومات:



نعيش الآن في **مجتمع المعلومات**، ذلك المجتمع الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في إنتاج المعلومات الوفيرة وإيصالها، من أجل تقديم كافة الخدمات على نحوٍ سريعٍ وفعال، وهذه الحقيقة يلمسها كل فردٍ يعيش أحوال هذا المجتمع المتغير، فالمعلومات عنصرٌ لا غنى عنه في أي نشاطٍ نمارسه، فهي أساس البحوث العلميّة، وقاعدة اتخاذ القرارات الصائبة، فمن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، يستطيع التحكم في موارد الطبيعة والسيطرة عليها لتحقيق مصالحه ومصالح مجتمعه.

ويرى كثيرٌ من المراقبين أنّ **مجتمع المعلومات** هو البديل الجديد للمجتمع الصناعيّ الذي عايشناه معظم القرن العشرين، ويعتمد اقتصاد المعلومات على نظامٍ هائلٍ ومعقدٍ، وهذا النظام قائم على التسهيلات التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة في النصف الثاني من القرن العشرين، وتكمن طاقة هذا النظام في القدرة على جمع البيانات، وتصنيفها، وتخزينها، واسترجاعها، وبثها بأكبر كمياتٍ ممكنة لأكبر عددٍ ممكن من الأفراد، وفي أقل وقتٍ ممكن مهما كانت المسافة.

وهذه المادة الأوليّة أصبحت ومن دون جدال حجر الزاوية ونقطة الارتكاز في بناء المجتمعات وتطويرها، خاصةً وأنّها تختلف عن مثيلاتها من المواد الأولية بأنّها موردٌ لا ينتهي، فهي قابلة للزيادة، وأصبح من يمتلكها ويطوعها يمتلك القوة، حيث يلاحظ عالم المستقبليات الأمريكي المشهور "ألفين توفلر، Alvin Toffler" في كتابه "السلطة الجديدة" الصادر في مطلع التسعينيّات أنّ الموجة الثالثة تعتمد على معيار المعلومة، أي التقنيات الاتصالية الجديدة التي غيرت جذرياً طبيعة المجتمعات الحديثة، من حيث قاعدة الإنتاج العالميّ والبنية الاقتصاديّة والسياسيّة وآفاق المعرفة والتواصل الثقافيّ، فلقد أصبحت المعرفة أكثر من مجرد مصدر للسلطة، وإنّما كذلك العامل الأهمّ للقوة والثروة.

ويمثل مجتمع المعلومات تحدياً للجميع ولا سيما فيما يتعلق بالجوانب الأمنيّة والاقتصاد العالميّ، وكذلك الأنشطة الاجتماعيّة والثقافيّة، فالتطورات التقنيّة التي اجتاحت العالم الماضي

وعلى وجه التحديد ظهور طريق المعلومات السريعة، أدت إلى إعادة تنظيم المجتمع على نحوٍ يؤثر في العلاقات بين الأفراد والجماعات والدول، ولكن هذه الثورة لن تتمكن من خدمة البشريّة إلّا إذا توافرت لها كل متطلبات النجاح، مع الأخذ بالاعتبار المخاطر المحتملة.

أولاً. النشأة والمفهوم:

لقد أثبتت السنوات الأخيرة من القرن العشرين خاصة منذ الولوج في المرحلة الثالثة من ثورة الإنترنت التي انطلقت في أواخر الستينيّات بالولايات المتحدة الأمريكيّة، أي منذ ابتكار الشبكة العنكبوتيّة (الويب) سنة 1989 وأدواتها ولغاتها وبرمجياتها في أواخر الثمانينيّات، بأنّ العولمة عولمة الإعلام والاتصال آخذة في التنوع والانتشار في مختلف أصقاع المعمورة، مبحرةً على أمواج التقانات الجديدة وآلياتها.

وهكذا شهد الإعلام والاتصال والتبادل _من خلال شبكة الشبكات الإنترنت وخدماتها المتنوعة ومن بينها التراسل الإلكترونيّ والويب والدردشة "Chat"_ اتساعاً كبيراً مصحوباً بجيلٍ جديدٍ من الآليات غير المكلفة والسهلة الاستعمال، فلم تشهد أداةٌ من أدوات الاتصال مثلما شهدته أداة الإنترنت وخدماتها من تنوع وانتشار. وهكذا تمّ تعريف أجيال المعلومات:

- الجيل الأول: هو المجتمع المستعمل بكثافةٍ لتقانات المعلومات والاتصال في مختلف الأنشطة البشريّة، والذي يعتمد على نسبةٍ عاليةٍ من التشابك ضمن بنية تحتية متطورة.
- أمّا الجيل الثاني: فهو يتعدى المستوى التقانيّ ليهدف إلى تشييد مجتمعٍ مبدعٍ من خلال التفاعل الشبكيّ، وهذا الجيل يهدف إلى المزج بين العوامل التقنيّة والعوامل البشريّة والفكريّة، سواء على المستوى الفرديّ أو الجماعيّ.

وهكذا أصبح مجتمع المعلومات هدفاً استراتيجيّاً لعديد من البلدان في نطاق العولمة الجديدة، معتبرةً أنّ التحكم وحده في التقانات الجديدة للمعلومات والاتصال كفيلٌ بتحقيق النمو الاقتصاديّ، والرفاه الاجتماعيّ، والإشعاع الثقافيّ.

ولقد بيّنت كل الدراسات أنّ تقانات المعلومات والاتصال ضروريةٌ، إلا أنّها غير كافيةٍ لتحقيق الأهداف سالفة الذكر، وهي غير كافيةٍ على كل حالٍ لكسر الهوة بين الدول المتقدمة والدول الناميّة.

ظهر أول استعمال رسمي لتعبير مجتمع المعلومات في عام 1998 أثناء اجتماع الاتحاد الدوليّ للاتصالات.

إنّ **مجتمع المعلومات** "Information society" هو المجتمع الذي يعتمد اعتماداً أساسياً على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري، وكسلعة استراتيجيّة، وكخدمة، وكمصدر للدخل القومي، وكمجال للقوى العاملة؛ مستغلاً في ذلك إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة كّلها، وبما يبين استخدام المعلومات بشكلٍ واضحٍ في أوجه الحياة الاقتصاديّة والثقافيّة والاجتماعيّة والسياسيّة، بغرض تحقيق التنمية المستمرة، وتحسين نوعية الحياة للمجتمع وللأفراد.

كذلك يعتمد مجتمع المعلومات المنظم على الاتصالات الفورية من الأنواع كّلها، ومن بينها القدرة على الاتصال عبر المسافات البعيدة، ومع تطور وسائل الاتصال الإلكترونيّة وتعدد خدماتها أصبحت ظاهرة الاتصال عن بعدٍ Tele communications إحدى الظواهر المهمّة في إدارة شؤون المجتمعات الحديثة، كما أدى امتزاج تكنولوجيا الكمبيوترات مع تكنولوجيا الاتصال عن بعدٍ إلى خلق عصرٍ جديدٍ يعتمد على النشر الإلكتروني، ونتج عن ذلك ظهور العديد من وسائل الاتصال الجديدة

ومن ثمّ فمجتمع المعلومات لم يُولد على يد تكنولوجيا المعلومات كالكمبيوترات وحدها، ولا على يد تكنولوجيا الاتصال وحدها، ولكنّه وُلد بالمزاوجة بين هذه التكنولوجيا وتلك، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال، فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وبذلك انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال، ودخلنا في عهدٍ جديدٍ للمعلومات يُسمّونه الآنComputer Communication.

ويتميز مجتمع المعلومات بـ «التركيز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات، والمادة الخام الأساسيّة هي المعلومة التي يتمّ استثمارها بحيث تولد المعرفة، معرفة جديدة، وهذا عكس المواد الأساسيّة في المجتمعات الأخرى، حيث تنضب بسبب الاستهلاك؛ أمّا في مجتمع المعلومات فالمعلومات تولد معلومات، ممّا يجعل مصادر المجتمع المعلوماتيّ متجددة ولا تنضب».

ويُقصد أيضاً بمجتمع المعلومات جميع الأنشطة والتدابير والممارسات المرتبطة بالمعلومات إنتاجاً، ونشراً، وتنظيماً، واستثماراً؛ ويشمل إنتاج المعلومات أنشطة البحث، والجهود الإبداعيّة، والتأليف الموجه لخدمة الأهداف التعليميّة والتثقيفيّة.

كما تمّ تعريف مجتمع المعلومات كدائرةٍ متحدةٍ تهتم بالأوضاع العامة من حشود وروابط ومصادر متنوعة تتشكل ما بين المؤسسات والأفراد لرعاية اهتمامات المجتمع حول توفير وتبادل المعلومات، وسرعة الحصول على المعلومات، وزيادة المعرفة.

ثانياً. السياق التاريخيّ والحضاريّ لمجتمع المعلومات:

ساهم "دانيال بال، *Daniel bell*" في إنتاج المفاهيم المتداولة حول مسألة التحولات الاجتماعيّة والاقتصاديّة للمجتمعات المعاصرة في علاقتها بتكنولوجيات الإعلام والاتصال. وتقوم مقاربة دانيال بال والتي صاغها في كتابه "The coming of Indus in social forecasting trial society venture"، على فكرةٍ أنّ تحولاً عميقاً تشهده المجتمعات الرأسماليّة يتمثل في نهاية النموذج الصناعيّ، والذي يرتبط بتطور المكانة الجديدة للمعلومات والمعرفة في المجتمع والاقتصاد وبأشكال إنتاجها وإدارتها وبثها، إذ تمثل المعرفة النظرية المد الرئيسيّ للمجتمعات ما بعد الصناعيّة، فالتحول الأكثر أهميّة للمجتمع المعاصر والذي لم يتحقق بعد بصفةٍ كاملةٍ، يتعلق بالتعاظم غير المسبوق لتدوين المعرفة النظريّة. إنّ الأشكال الجديدة للابتكار وللتكنولوجيا تأتي من هذا التحول، ولقد كانت المعرفة دائماً أساساً للتواصل وللتقدم التقنيّ، ولكن تدوين المعرفة النظرية غير مسبوق وعلاقته المباشرة بالابتكار وبالصناعة والاقتصاد جديدة في التاريخ الطويل للبشرية، إذ يمكن تحديده حقيقةً منذ قرن.

ويرى دانيال بال بضرورة إعادة النظر جذرياً لفهمنا لطبيعة "التكنولوجيا"، كثيرون هم الذين يستعملون كلمة التكنولوجيا بشكلٍ عام، بالرغم من التغيرات الكبيرة والخصوصيات التي طرأت على الظاهرة التقنيّة والعلميّة المعاصرة، فبالنسبة إلى الكثيرين فإنّ التكنولوجيا هي تلك الآلات والآليات التكنولوجية، ولكن التكنولوجيات الحديثة أساس المجتمع ما بعد الصناعيّ، فهي تتميز بأنّها تكنولوجياتٌ فكريّة.

ولا يقتصر تحليل دانيال بال على فهم ماهية المجتمع ما بعد الصناعيّ القائمة حسب نظره على أساسين: مكانة المعرفة النظريّة، والصبغة الفكريّة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، بل هو يذهب إلى أبعد من هذا لفهم التحولات الاجتماعيّة والثقافيّة على مستوى أكثر شموليةً، إذ يرى

أنّ التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لا تشكل عاملاً مستقلاً عن التركيبات الاجتماعيّة والثقافيّة وعن عملية التغيير الاجتماعيّ، وتؤدي هذه الطريقة في وضع إشكالية التكنولوجيات الحديثة إلى تجاوز النظرة الأحادية لتكنولوجيات المعلومات، ويرتكز دانيال بال على مثال اليابان التي لم تحقق التفوق المنتظر في مجالات المعلوماتيّة مثلاً، على عكس الولايات المتحدة الأمريكيّة؛ ليستخلص فكرة تأثر ظاهرة التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بطبيعة الثقافة السياسيّة والقيم السائدة في المجتمع، إذ لم تفلح اليابان في أنّ تتبوأ مركز القيادة في مجال الصناعات المعلوماتيّة التي تقوم على مبدأ الابتكار؛ لأنّ المجتمع اليابانيّ يقوم على قيم المجموعة، في حين أنّ المجتمع الأمريكيّ يفضل الفرد المخاطر أو المغامر.

إذا كان دانيال بال يفضل مصطلح "مجتمع المعلومات" على مصطلحاتٍ أخرى كمجتمع المعرفة والمجتمع الذهني، نظراً إلى أنّ المعلومات تلعب حسب رأيه دوراً رئيسياً في المجالات الاقتصاديّة خاصة، فإنّ منوال كاستالس يتحدث عن "المجتمع الشبكيّ"، حيث تبدو المعلومات الظاهرة الأساس الذي ينطلق منه المفكرون للبحث عن طبيعة الحالة التاريخيّة التي تمر بها المجتمعات الرأسماليّة المتقدمة، إذ يرى مانوال كاستالس أنّ هذه المجتمعات تعيش عصر المعلومات، حيث تلعب تكنولوجيات المعلومات دوراً بنيوياً كبراديغم محدد، ويتميز هذا الأخير بالصفات التالية:

1- إنّ التكنولوجيات الحديثة تمثل تكنولوجيات يمكن من خلالها الفعل في المعلومات، على عكس الثورات التقنيّة السائدة.
2- لهذه التكنولوجيات الحديثة تأثيرٌ شاملٌ في كل أوجه الحياة، إذ أنّها تؤثر في الوجود الإنسانيّ الفرديّ والجماعيّ من دون أن تحدده بشكلٍ ميكانيكيّ.
3- يمثل المنطق الشبكيّ الصفة الثالثة لهذا البراديغم، ذلك أنّ المؤسسات والأنظمة والمجتمعات التي تستعمل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال تشتغل وفق نموذج علائقي شبكي.، ويتوافق نموذج الشبكة مع التعقد المتعاظم للعلاقات الاقتصاديّة والاجتماعيّة والمؤسساتيّة في المجتمعات الرأسماليّة المتقدمة.
4- أمّا الصفة الرابعة فهي المرونة، إذ تسمح التركيبة الشبكيّة بإعادة تشكيل المؤسسات والتنظيمات الاجتماعيّة وإعادة تركيب عناصرها.

وتتميز مقاربة مانوال كاستالس تماماً كمقاربة دانيال بال، بأنّها لا تسجن نفسها داخل رؤية وصفية مهووسة فقط بالحديث عن التكنولوجيا والاحتفاء بتأثيراتها الإيجابيّة، إذ ينطلق مانوال كاستالس من منطلق نظري مركزي، وهو فهم البيئة العميقة والجديدة للمجتمعات الغربيّة، ويؤكد

على أنّه ينطلق في مقاربته من البنيات الاجتماعيّة الجديدة التي هي في طور التشكل والتي تنتظم بفعل منطق الشبكة:

- "تشكل الشبكات الميرفولوجيا الاجتماعيّة لمجتمعاتنا.
- إنّ تعميم منطق التشبيك يحدد بشكلٍ كبيرٍ صيرورات الإنتاج والتجربة والسلطة والثقافة.
- إنّ التنظيمات الاجتماعيّة لشبكة قد وجدت بالتأكيد في فتراتٍ وأماكن أخرى، ولكن الجديد اليوم هو أنّ البراديغم التكنولوجي لتكنولوجيات المعلومات وفر الأسس الماديّة لتعميم هذا التنظيم الشبكيّ للبيئة الاجتماعيّة بأكملها."

ويعني هذا التعميم تحولاً ثقافياً جذرياً بالثقافة كلها، ولعلاقة الإنسان بالمكان والزمان، ولمفهوم التجربة البشرية. لقد كانت الطبيعة تهيمن وتخضع الإنسان لقواها في مرحلةٍ أولى، ثمّ بدأت الثقافة مع ظهور الحداثة والحضارة الصناعيّة في إخضاع الطبيعة؛ أمّا اليوم فنحن ندخل مرحلةً جديدةً، حيث تحيل الثقافة إلى الثقافة، وبسبب ارتباط التطور التاريخي بالتحول التكنولوجيّ فإنّنا نجرب نمطاً ثقافياً خالصاً للتفاعل والتنظيم الاجتماعيّ؛ ولهذا السبب أيضاً أصبحت المعلومات المكون الرئيسيّ لتنظيماتنا الاجتماعيّة، إذ تشكل تيارات المضامين والصور المتداولة بين الشبكات النسيج الأول لبنيتنا الاجتماعيّة، ولا يعني هذا أنّ التاريخ في طور الاحتضار تحت تأثير الزواج السعيد للإنسانيّة مع نفسها. إنّ ما يحدث الآن في الحقيقة هو عكس هذا تماماً، إنّ التاريخ يبدأ فعلاً الآن على شرط أن نفهم التاريخ على أنّه ذلك الزمن الذي بلغت فيه الإنسانية بعد صراع آلاف من السنين مع الطبيعة من أجل البقاء أولاً، ثمّ إخضاعها ثانياً درجة من المعرفة والتنظيم الاجتماعيّ يسمح بالعيش داخل عالم اجتماعي بالأساس. إنّها بداية حياةٍ جديدة، أو بالأحرى بداية عصرٍ جديدٍ عصر المعلومات الذي يتميز باستقلالية الثقافة عن الأسس الماديّة للوجود.

يشير برنارمياج "Bernard Miège" في محاولته لتأسيس مقاربة نقدية لمفهوم "مجتمع المعلومات" أنّ الجدل النظري حول المسألة يعود إلى نهاية الستينيّات، حيث حاول بعض المفكرين من أمثال الأمريكي دانيال بال، والفرنسي آلان توران، والياباني يوناجي ماسودا فرض فكرة "التحول المجتمعيّ"، بمعنى نهاية المجتمع الصناعيّ أو مجتمع الاستهلاك.

الجذور التاريخيّة لمفهوم مجتمع المعلومات:



ويشير مفهوم "مجتمع المعلومات" من هذا المنطلق إلى حركيّة فكرية لأوساط تتكون من أكاديميين وأصحاب قرار، يتميز تفكيرهم المجتمعيّ بما يُسمّى التحليل المستقبلي، ويلاحظ برنار مياج أنّه بالرغم من النقد الذي تعرض له هذا الفكر المبشر بمجتمعٍ جديدٍ "ما بعد الصناعيّ/اتصاليّ"، فإنّ فكرة مجتمع المعلومات شهدت انتعاشاً جديداً، ساهم فيها إلى حدٍ بعيدٍ خطاب فكري، كانت له حظوةٌ إعلاميّةٌ كبيرةٌ، وقد

شُكل التبني السياسي لفكرة مجتمع المعلومات من خلال أطروحة الطرق السيارة للمعلومات، التي دعا إليها "آل غور" مساعد رئيس الولايات المتحدة الأمريكيّة بيل كلينتون، فكان العامل الرئيسيّ في نجاحها الإيديولوجيّ.

وتساعد عملية الاستكشاف التاريخيّ لهذه الجذور المعقدة العلميّة والأكاديميّة والسياسيّة لفكرة مجتمع المعلومات على فهم أسباب غلبة الخطاب الاقتصاديّ والتقنيّ، الذي يتميز حسب برنامج برنار مياج بتمثل سببي وميكانيكي للتحول الاجتماعيّ، فالتحولات التقنيّة تفرز تحولات اقتصاديّة تؤثر بشكلٍ جوهري في المجتمع، ممّا يؤدي لتحولاتٍ سياسية. وتقوم مقاربة برنار مياج على رفض اختزال الحالة التاريخيّة للمجتمعات المعاصرة في مفهوم "مجتمع المعلومات"، كما أنّه يدعو إلى مقاربة تواصليّة نقديّة تقوم على الشك في مقولة مجتمع المعلومات، وعلى تجاوز النظرة التقنية، والانتباه لتعقد الظواهر وتباين الرهانات التي تحفّ بظاهرة تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

وقد قام باحثون كثيرون بعملية نقد مجتمع المعلومات كأسطورةٍ وكأيديولوجيةٍ تعلن قيام مجتمع مختلف جذرياً عن المجتمعات السابقة، إذ لم ينشأ مفهوم مجتمع المعلومات من العدم، ولا تأتي كونيته من أنّه ظاهرةٌ واقعيةٌ يعيشها الجميع، بل هناك كما يقول أرمان ماتلار " Armand Mattelard" مصنعاً ينتج خيالاً حول المعلومات منذ السبعينيّات وبالتحديد منذ سنة 1975، حيث ظهر مصطلح مجتمع المعلومات في أدبيات منظمة التعاون والتنمية الاقتصاديّة "OCDE".

ويرى أرمان ماتلار أنّ ظهور المصطلح مرتبط بطبيعة الأزمة الاقتصاديّة التي مرّت بها الدول الصناعيّة في تلك الفترة؛ كنتيجةٍ لدينامية بدأت منذ عام 1948 مع نوربرت فينر وكلود

شانون، والتي أدت إلى عبادة التكنولوجيات الحديثة. إنّ تعريف شانون للمعلومة فيزيائيٌّ وكميٌّ وإحصائيٌّ، إذ لا يهتم هذا النموذج الميكانيكيّ إلا بالقناة، وهو يعكس تصوراً سببياً للمجتمع، وليس المتلقي سوى نسخة للمرسل، ولا يوجد مكان في برنامج شانون لبناء المعنى، لقد تحول مفهوم المعلومات لعلبة سوداء، كلمة صالحة لكل مكانٍ وللإجابة على كل سؤالٍ.

لقد شاب مفهوم مجتمع المعلومات نفس الضبابية التي ميزت مصطلح المعلومات، وتعمق الاتجاه الذي ينظر للمعلومة كمصطلح ذو طابع إحصائي "معطيات وبيانات" يحصر المعلومة في بنيتها التقنية. هكذا سيتركز مفهوم أدواتي خالص لمفهوم "مجتمع المعلومات".

ولقد كشف أرمان ماتلار البناء التاريخيّ المعقد لمفهوم المجتمع الجديد، فالنسخة النظرية الأولى لهذا المجتمع الجديد المثالي كما يتصوره دانيال بال يختلف عن التمثل السائد لمجتمع المعلومات، فالمجتمع الجديد حسب دانيال بال يقوم على بنية اجتماعيّة هرميّة تحكمها نخبة مثقفة تستلهم رؤيتها السياسية من العلم وليس من الأيديولوجيّة، ويحركها تمثل لمستقبل البشريّة يقوم على ثلاثية التاريخ، والحداثة، والتقدم. وبالرغم من فشل هذا النموذج الأول فإنّ كتابات دانيال بال نجحت حسب أرمان ماتلار في ترسيخ التمثل التقني لمجتمع المعلومات. ويستخلص أرمان ماتلار من تحليل هذه الفترة أنّ فكرة التحديث وفق النموذج الغربيّ قد انتعشت من جديدٍ، من خلال انتشار مفهوم مجتمع المعلومات الذي ولد ونشأ داخل البيئة الثقافية الأمريكيّة، وبقي مرتبطاً بتحولات السياسة الأمريكيّة كقوة تقود العالم بوسائط جديدة تمثل الشبكات جوهرها.

ثالثاً. مجتمع المعلومات والإعلام الجديد:



إنّ التحوّل والتغير عبر التطوّر التكنولوجيّ هوّ جوهر حياة الإعلام والاتصال، فالإعلام جديدٌ في كلّ طورٍ من أطواره، ألم يكن الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، وجديداً مع تطوّر الصحافة المكتوبة، وجديداً مع ظهور الفوتوغرافيا، وجديداً مع ظهور الإذاعة، وجديداً مع ظهور التلفزيون؟ ألم يتساءل الخبراء والباحثون في هذا الحقل عن مصير المكتوب أمام الدور الإعلاميّ والاتصالي الذي بدأت تؤدّيه الإذاعة بداية القرن العشرين، وعن مصير الإذاعة أمام الاستقطاب الإعلاميّ

الذي حقّقه التلفزيون أواخر النصف الأوّل من القرن ذاته؟، كلّ ذلك لأنّ طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية في بعدها العلميّ والإيديولوجي، تقتضي النّظر في أمرٍ ما، يسمّيه ماكلوهان "**بالحتميّة التكنولوجيّة**".

ولكن ما يحدث اليوم من غليانٍ واضطرابٍ وتبدّلٍ سريعٍ في المشهد، يتجلى بوجهٍ مغاير لما حدث في تاريخ الإعلام والاتصال، فتطوّر التقنية الوسائطيّة في هذا المجال يطرح اليوم قضايا معرفيّة حادّة تدور كلّها حول فهم الآفاق الحقيقيّة للواقع السّوسيولوجي المركّب، الذي أفرزه ظهور بيئة عالميّة جديدة تتمتّع بقوة تدفق فائقة للمعلومات. ولقد أصبح من البديهي الحديث عن ظهور هذه البيئة، خصوصاً لمّا ندرك تنامي الحضور المضاعف لتكنولوجيا الاتصال في المواقع التي تمثّل محور أنشطة المجتمع الدّيناميّة، ونتبين مدى اعتماد الأفراد الاجتماعيين في إنتاجهم ومبادلاتهم على الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال، إذ لا يخلو نظام علائقي اليوم من وجود أثر يعكس ثقافة الاستخدام المرن لتكنولوجيا المعلومات، ممّا أدّى إلى حصر التفكير في تنمية أساليب التعامل والتعايش مع الأنساق الحديثة **لمجتمع المعلومات**.

والأصل في تشكل **مجتمع المعلومات** إنّما يعود إلى بداية التسعينيّات من القرن الماضي، لمّا لاحت الوظائف الاجتماعيّة الأولى لشبكة الإنترنت محقّقةً نجاحاً واسع النطاق في مستوى تبادل الرّسائل الإلكترونيّة، ومعربةً في الوقت ذاته عن تأسيس علاقة جديدة بالمعرفة وبالعالم؛ دفعت بالإنسان إلى مراجعة منعكساته الاجتماعيّة في التواصل، بل واستبدال جزءٍ منها بما يجعله مسيطراً على جميع الاتجاهات التي يحكمها النّظام الرّقمي العالميّ. فالتطوّر التقنيّ لا يحدث ولا يستمرّ وفق نظام مستقلٍّ بذاته تحرّكه الوسائل والأدوات، إنّما يرافقه تطوّر لسلوك إنسانيّ هوّ بمثابة الأمر الواقع الذي ينظّم ويراقب وسطاً ثقافياً بعينه؛ لذلك فإنّه من الضّروري عند دراسة مظاهر التطوّر التقاني الحديث النّظر إلى مجتمع المعلومات على نحوٍ، لا يقوّم التقنية المتطوّرة أكثر من اللاّزم؛ لأنّ كلّ أشكالها مرتبطة ببنية فوقيّة من المفاهيم تقود الفرد إلى تعديل مناهج تفكيره، هو عمله وتعاونه مع نظرائه.

ولا شكّ أنّ ظهور الويب "Web" كفضاءٍ للفكر الجماعيّ أتاح مرونةً لا مثيل لها في تبادل المعلومات وإنتاج المعرفة، قد رافقته قراءةً جديدةً للزّمان والمكان تحوّل بمقتضاها العالم إلى نظامٍ مفتوحٍ، تنشّطه المعلومة في كلّ حالاته وأطواره، وإذا أخذنا في الاعتبار امتلاكه للرّمز والذّاكرة، كما يقول ريجيس دوبري في حديثه عن التخزين الإلكترونيّ، وطواعيته في أداء

وظائف اجتماعيّة واقتصاديّة ومعرفيّة، ندرك حقيقة وصفه بالعصب المركزي لمجتمع المعلومات.

وحيث إنّ العالم اليوم قد سعى منذ عقود إلى مضاعفة سرعة تدفّق الرّسائل والمضامين التي تمثّل محور قوّته الإنتاجيّة، فإنّه لم يعد بإمكانه الانفصال عن الشروط الإلكترونيّة لنظام المعلومات؛ لأنّ قضية بناء المعرفة التي تشغل بال المفكرين والباحثين من مختلف الاختصاصات العلميّة ليست مرتبطة بالمعلومة في بعديها المعرفي والاستراتيجي، إنّما هي بالصّيغة التي يطرحها نظام دمج الوسائط قضية تكيّف مع الوسائط في حدّ ذاتها، ذلك أنّ كلّ مجال وسائطي جديد يعيد تشكيل "العقد الاجتماعيّ".

إنّ الطّريقة الموصلة إلى المعلومات غمرتها اليوم مسالك تقانيّة على غايةٍ من التعقيد، واتباعها يستوجب معرفة تطبيقيّة دقيقة للتحكّم في وظائف الوسيط الإلكترونيّ بشكلٍ عام، ولتحقيق الفعل الاتصالي على نحوٍ تفاعلي ضمن ما يتراكم من دمجٍ للوسائط ومن أنظمة حاسوبيّة لا تروم الاستقرار والثبات، وتقتضي طبيعة العمل والنشاط حتميّة التكوين المستمر في مجال وسائطي متغير.

رابعاً. مجتمع المعلومات والعولمة:

إنّ علاقة العولمة بكل من ثورة المعلومات وثورة وسائل الاتصال وثورة الحاسبات الإلكترونية هي علاقة تبادليّة من حيث السبب والنتيجة، ويظهر ذلك فيما يلي:

1. حدوث نمط من التفاعليّة الجديدة بين قطاع الاتصال والمعلومات وبين سائر القطاعات الاجتماعيّة، وهو ما أنتج مجتمعات توصف بمجتمعات المعلومات Information Societies.
2. اتسعت الأنشطة الإعلاميّة الاتصالية مُتخطية الحدود القومية، بحيث أضحت المجتمعات المختلفة وثيقة الاتصال ببعضها البعض Highly Interrelated، وهو ما يُسمّى دبلوماسيّة الأقمار الصناعيّة Satellite Diplomacy أو دبلوماسية الاتصال الإلكترونيّ Electronic Communication Diplomacy، بهذا الصدد يعتبر "**جيد نز**" أنّ ثورة الاتصالات والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات كان لهما الأثر الأكبر في دعم عمليات العولمة.

إنّ شبكة الإنترنت (Internet) العالميّة أدت دوراً مُعزّزاً لإبراز المجتمع المعلوماتيّ، هذه الشبكة التي تعود جذورها لسنة 1969 في مبادرة سعت إليها وزارة الدفاع الأمريكيّة؛ لإنشاء شبكة تربط بين الجامعات ومراكز البحوث لتأمين التنسيق بين الخبراء وصُنّاع القرار السياسي في أُفق قيام حرب نوويّة مُحتملة.

إنّ هذه الشبكة العنكبوتيّة قدّمت مصفوفات معلوماتيّة لم تكن موجودة في السابق، مثل أنظمة التعليم الإلكترونيّ، الصحة الإلكترونيّة، المصرفة الإلكترونيّة، التعاقد الإلكترونيّ، الحكومة الإلكترونيّة، بحيث يُصبح المواطن والمستهلك وصانع القرار وجهاً لوجه أمام مرآة إلكترونيّة وبشكلٍ متفاعلٍ ويومي.

ولعلّ من أبرز مُمثّلي الاتجاه المُتفائل بالأدوار الاستراتيجيّة للإنترنت نائب الرئيس الأمريكي "الأسبق" **آل غور**، المفتون بالتقنيات الاتصالية، والذي أحاط نفسه بكبار مسؤولي شركات الصناعة الإلكترونيّة في إطار دائرة التفكير المستقبلي في مشاكل الاقتصاد الأمريكيّ، وطُرق حلّها في أُفق قيام العصر المعلوماتيّ الجديد.

إنّ هذا التداخل الكوني المتسارع والذي تزايد وتنامى يجعلنا نُميّز بين ثلاث محطات وسائطية كبرى عرفتها البشرية وهي: الكتابة، والطباعة، والسمعي البصري، وهي بدورها تتلاءم مع ثلاث دوائر مُتمايزة وهي: التعبّد، الفن، والفيديو، فالدائرة الصوتيّةLogos phère ترمز لها الكتابة من حيث وظائفها الرمزية الدينيّة (الحضارات المُتمحورة حول الديانات الكتابيّة)، والدائرة الخطيّة Graphos phèreوتتزامن مع اكتشاف المطبعة وتخطي عصر الفن، أمّا الدائرة البصرية videos phère فهي حقبة التلفاز والإنترنت، والإعلام الفضائيّ (بكل عناصره كتلفزيون الواقع ومواقع اليوتوب، وعصر المدونات Blog).

إنّ هناك مُؤشراً اجتماعياً ودولياً هامّاً في عصر المعلومات، وهو يُبرز نمط تفاعليّ جديد ونزعة اجتماعيّة جديدة، هي (الإنسانيّة المعلوماتيّة)، ويتجلى ذلك في تداعيات شبكة الإنترنت التي تساهم بفاعلية في ربط المنظمات الدوليّة مع بعضها، وتعمل على مساعدة المنظمات الدوليّة في إنجاز أعمالها على البعد الدوليّ، حيث تكون كأداة نقل المعلومات إلى آلاف المنظمات في 133 دولة، والتي تعمل في ميادين مُختلفة كحقوق الإنسان، والبيئة، وحماية الأقليات؛ وبهذا أصبحت شبكات الإنترنت تُكسب الأطراف المتعاملة معها صفة الكيان الواحد، رغم تعدّد الأطراف واختلاف أماكن تواجدها وأزمنة حضورها بشكلٍ يُساهم في زجّ الإنسانيّة في عصر المعلومات الشاملة، عصر الطرق الفسيحة "Autoroutes" التي تسلكها المعلومات بطريقةٍ تصوغ المجتمعات في المستقبل وفق نمطٍ يكاد يكون أكثر تشابهاً.

لقد شهد النصف الثاني من القرن التاسع عشر مولد عدد من الاختراعات الإلكترونيّة، إذ بدأت تظهر ملامح تقنية اتصالية جديدة كان لها آثار عميقة في القرن الحالي، ذلك أنّ عصر الاتصال الإلكترونيّ قد حمل معه مجتمع المعلومات Information Society الذي يُعتبر مرحلةً متقدّمةً لما يُسمّى مجتمع صناعيّ Industriel society.

لقد بدأت في الثمانينيّات من القرن الماضي عملية دخول كثيف للمعلوماتيّة إلى المجتمعات الصناعيّة الغربيّة ومنها إلى المجتمعات العربية والإسلامية، وفي الوقت الذي تأثّرت فيه كل قطاعات الاقتصاد الكبيرة بهذه التغيرات، اقتضى الأمر تغييراً في العمق للنظام التقنيّ الخاص بالمجتمعات وابتكار أشكال جديدة لتنظيم العمل، ويمكن الجزم بأنّ حركات التغيير هذه في أنماط الحياة سوف تتوالى، فتظهر استخدامات سوسيوتقنية جديدة بالتأكيد.

والواقع أنّ تقنيات الاتصال تتميّز بآثار خاصة تختلف باختلاف المجتمعات، وعند تقويم آثار تقنيات الاتصال والإعلام، فيبدو صحيحاً إلى حدٍّ كبيرٍ القول بأنّ التقنية تصنع التاريخ باعتبار تأثيرها في طبيعة النظام الاجتماعيّ والاقتصاديّ الذي تعمل فيه، سواء شهد النظام تتابعاً معيناً أم لا، وسواء كانت هذه الآثار في نطاق التحكم البشري أم العكس، من المؤكد أنّ درجة تطور النظام الاجتماعي، والاقتصادي هي التي تُحدّد إمكانات الاستفادة المُثلى من البدائل والخيارات التي توفرها هذه التقنيات في مجال الإعلام والاتصال.

مظاهر مجتمع المعلومات:

إنّ مجتمع المعلومات ظاهرةٌ وعمليةٌ (process) أفرزتها العولمة الثقافيّة، إذ بفعل ضغوط الإعلام والاتصال وانسياب المعلومات برزت المظاهر التالية:

1. أصبح المواطنون مبدئياً أكثر تكويناً، وأكثر إعلاماً، وأكثر وعياً، وأكثر تمسكاً بمطالبهم وحقوقهم.
2. إظهار الشعور بالقلق المتزايد في المجتمعات القديمة من الإبداعات والابتكارات الجديدة، بسبب انتقال المعرفة البشرية من مرحلة الكشف عن مكونات المادة والحياة والعقل إلى مرحلة التأثير والتلاعب بها إنتاجاً وتصنيعاً وتسويقاً.
3. دور المؤسسات العموميّة الغربيّة الإعلاميّة في نشر نموذج الليبرالية الاقتصادية التي تتّجه نحو احتلال مكان الديمقراطيّة الاجتماعيّة، التي تجسّدت في دولة الرفاهيّة واقتصاد السوق الاجتماعيّ واقتصاد المشاركة.

4. التزايد الانفجاري لعدد الحركات الفكريّة والطوابق العقدية، وقد أحصى أندري غارسيا حوالي عشرة آلاف حركة فكريّة عقدية في العالم.
5. العولمة الروحيّة والدينيّة، وتزايد دور الأديان في النزاعات والعلاقات الدولية، وتعدُد المؤتمرات حول موضوع حوار الأديان بحثاً عن المعايير والقواسم المشتركة الأخلاقيّة والسياسية والقانونية.
6. تزايد دور المنظمات غير الحكوميّة في الدفاع عن حقوق الإنسان والبيئة.
7. توظيف وسائل الإعلام والاتصال للمطالبة بعولمة أكثر عدالةً وإنسانيةً وديمقراطيّةً، بالإضافة إلى تزايد الضغوط للمطالبة بإقرار مبدأ وسياسة التعددية الثقافيّة.

خصائص مجتمع المعلومات:



وصفوة القول إنّ مجتمع المعلومات هو ذلك المجتمع الذي يتميّز بالخصائص التالية:

1- التوظيف المتداخل والكبير لوسائل الإعلام والاتصال المعاصرة.
2- الاعتماد على التكنولوجيا الرقميّة للتواصل مع الأنا والآخر.
3- التنميط والنمذجة المشتركة لكثيرٍ من الأنساق الفكريّة والقيميّة، ممّا يُهدّد الهوية المحلية على حساب الهوية العالميّة (الكوسموبوليتانية).
4- مجتمع المعلومات أصبح ذلك المجتمع الذي يتميز بخصائص جديدة من المواصفات كالأمية المعلوماتيّة، والأنسنة الإلكترونيّة، والقيم العالميّة، والمواطنة العالميّة.

5– مجتمع المعلومات يتميّز بقدرةٍ كبيرةٍ على تمرير وتوسيع الذاكرة الجماعيّة بفعل القدرة العالميّة على تخزين المعلومات كخزانات المعطيات أو بنوك المعطيات، رغم أنّ تقسيم المعرفة لا يتمّ بشكلٍ عادلٍ بين عالم الشمال والجنوب.

خامساً. مجتمع المعلومات من المفهوم إلى الاستخدامات الاجتماعيّة:

تمثل سوسيولوجيا الاستخدام الاجتماعيّ المحاولة النظرية الأكثر شمولاً للخروج عن النموذج النظري التقني، القائم على رؤيا ميكانيكيّة لتأثير التكنولوجيات الحديثة، والتي تؤسس الاعتقاد في فعالية هذه التكنولوجيات وقدرتها على إحداث تغيراتٍ وتحولاتٍ ذات طابع ثوري، ينتج عنها قطيعة شاملة مع النماذج القديمة التي تحدد المجالات الاقتصاديّة، والاجتماعيّة، والثقافيّة.

وقد قامت الباحثة الفرنسية جوزيان جواي برصد أهمّ الاتجاهات النظرية التي ساهمت في بلورة رؤية سوسيولوجية، لما يُسمّى الاستخدامات أو الاستعمالات الاجتماعيّة للتكنولوجيات الحديثة، والتي تسمح باستكشاف العلاقات المعقدة بين هذه التكنولوجيات والمجتمع والثقافة.

لقد حاولت البحوث السيسيولوجيّة الأولى التي انطلقت مع نهاية الستينيّات أن تفهم الاستخدامات الاجتماعيّة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال من زاوية التحولات التي طرأت على المجتمعات الغربيّة من خلال أزمة مؤسسات التنشئة الاجتماعيّة التقليديّة كالأسرة، والدين، والعائلة، وانحسار الإيديولوجيات.

إذ اهتم الباحثون بفهم استخدام هذه التكنولوجيات في علاقتها بما يُسمّى تنامي الاستقلاليّة الاجتماعيّة والفرديّة والابتكار الاجتماعيّ، كما برهنت الدراسات الأولى أنّ الأشخاص يستخدمون هذه التكنولوجيات لغاياتٍ اجتماعيّة متعددة (التحرر من القيود الاجتماعيّة، بناء علاقات اجتماعيّة جديدة)، وترى جوزيان جواي أنّ الإضافة النظرية الأولى والهامّة لسيسيولوجيا الاستخدام الاجتماعّي، تتمثل في فكرة أنّ الاستخدام الاجتماعيّ يتميز بأنّه نشطٌ، وذكي، ولا يتماهى بالضرورة مع الغايات الأولى التي وضعها مبتكرو هذه التكنولوجيات.

أمّا التطور الثاني الذي تميزت به هذه البحوث، فيتعلق بإعادة الاعتبار لخصوصيّة التقنيّة في تحديد عملية الاستخدام الاجتماعيّ، انطلاقاً من فكرة أنّ التقنيّة ليست محايدة، وإنّ منطق المعلوماتيّة والالتزام بوظائف البرمجيات وبالطرق الإجرائيّة للآلات تؤدي إلى إضفاء بعدٍ تقني على العملية التواصليّة، وإلى اكتساب مهارات، إضافةً إلى الآثار الذهنيّة الناتجة عن التعامل

مع الحوامل الإلكترونيّة، كما تصبغ قيم العقلانيّة والناجعة المرتبطة بتقنيّة الاستخدامات الوظيفيّة والترفيهيّة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

وتسمح إشكالية الوساطة المزدوجة التقنيّة والاجتماعيّة بالكشف عن العلاقة بين الابتكار التقنيّ والابتكار الاجتماعيّ، فالتقنيّة تشكل الاستخدام الاجتماعيّ، ولكن المعنى الذي يعطي لهذا الاستخدام فهو يأتي من المجتمع.

وهكذا تنظر المقاربة السيسيولوجيّة إلى الاستخدام الاجتماعيّ على أنه بناءٌ اجتماعيّ تحكمه وساطات تشكل العلاقة بين التقنية والمستخدم الاجتماعيّ.

كما يهتم الباحثون بالتشكل التاريخيّ للاستخدامات بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، فليست الاستخدامات سلوكيات ثابتة لا تتغير، بل هي تتأثر بعوامل عديدة تجعلها ظاهرةً متحولةً، إذ يتغير الاستخدام الاجتماعيّ بتغير التقنيّة نفسها وبصيرورة انتشارها الاجتماعيّ، فالهاتف الجوال مثالٌ هام، إذ تغيرت وظائفه وتعددت كما تحولت استخداماته الاجتماعيّة وتطورت القيم الرمزيّة المرتبطة باستعماله.

وتبيّن الدراسات السيسيولوجيّة الوهن النظري للخطابات الاستشرافيّة التي تتنبأ بموت الوسائط الإعلاميّة القديمة، وتسمح الملاحظة العلميّة الميدانيّة بالتخلص من الاعتقاد بأنّ قطيعة ما تفصل المستقبل عن الماضي، كما أنّها تقوم على فكرة تعقد العلاقات بين الوسائط الإعلاميّة التي تُوصف بالتقليديّة (الإذاعة والتلفزيون والصحافة) بالتكنولوجيات الحديثة للاتصال.

تقوم إذاً البحوث السيسيولوجيّة على رؤية تفاعليّة بين المستخدم والتقنيات التي تتداخل فيها خصوصيات التقنيّة والخصوصيات الاجتماعيّة والثقافية لعملية الاستخدام، فالتقنيات الحديثة تؤثر في:

- بنية وطبيعة العلاقات الاجتماعيّة، إذ إنّها تساهم في ظهور علاقاتٍ جديدة (الدردشة الإلكترونيّة، فضاءات الحوار على الإنترنت).
- العلاقات الاجتماعيّة القديمة، وتشكل مسألة العلاقات الاجتماعيّة محوراً رئيسياً للبحوث السيسيولوجيّة، فهي تشل تأثير التكنولوجيات في مستويات عديدة كالعلاقات بين الأفراد، وظهور المجتمعات الصغيرة على الشبكة، وعلى مستويات مجتمعيّة كتحولات الفضاء العمومي.

وبالمقابل فإنّ الباحثين لا ينظرون فقط إلى هذه التكنولوجيات من زاوية ما تحدثه من متغيراتٍ جديدة في أشكال التواصل الاجتماعيّ، ولكنّهم يهتمون أيضاً بالتأثيرات المجتمعيّة في هذه التكنولوجيات، والتي تتحدد داخل سياقات مجتمعيّة مخصوصة.

كيف يمكن إذاً انطلاقاً من خصوصية البحث العلميّ في مسألة التكنولوجيات الحديثة فهم علاقته بالخطاب الغالب حول مجتمع المعلومات؟ تقول جوزيان جواي: إنّ سيسيولوجيا الاستخدامات تقع على هامش الخطابات التفاؤليّة والكارثيّة لمجتمع المعلومات؛ لأنّها تقوم على ملاحظة الممارسات المعيشيّة، ومن هذا المنطلق فهي تعطينا رؤية عاقلة للتقنيات الاتصالية، فمشروعها يقوم على النظر إلى عالم الاستخدامات الاجتماعيّة في أبعاده العادية لفهمه.

الخلاصة

إنّ **مجتمع المعلومات** "Information society" هو المجتمع الذي يعتمد اعتماداً أساسياً على المعلومات الوفيرة كمورد استثماريّ، وكسلعة استراتيجيّة، وكخدمة، وكمصدر للدخل القومي، وكمجال للقوى العاملة؛ مستغلاً في ذلك إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة كّلها، وبما يبين استخدام المعلومات بشكلٍ واضحٍ في أوجه الحياة الاقتصاديّة والثقافيّة والاجتماعيّة والسياسيّة، بغرض تحقيق التنمية المستمرة، وتحسين نوعية الحياة للمجتمع وللأفراد.

كذلك يعتمد مجتمع المعلومات المنظم على الاتصالات الفورية من الأنواع كّلها، ومن بينها القدرة على الاتصال عبر المسافات البعيدة، ومع تطور وسائل الاتصال الإلكترونيّة وتعدد خدماتها أصبحت ظاهرة الاتصال عن بعد Telecommunications إحدى الظواهر المهمّة في إدارة شؤون المجتمعات الحديثة، كما أدى امتزاج تكنولوجيا الكمبيوترات مع تكنولوجيا الاتصال عن بعدٍ إلى خلق عصرٍ جديدٍ، يعتمد على النشر الإلكترونيّ، ونتج عن ذلك ظهور العديد من وسائل الاتصال الجديدة، ومن ثمّ فمجتمع المعلومات لم يولد على يد تكنولوجيا المعلومات كالكمبيوترات وحدها، ولا على يد تكنولوجيا الاتصال وحدها، ولكنّه وُلد بالمزاوجة بين هذه التكنولوجيا وتلك، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال، فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات، وبذلك انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال، ودخلنا في عهدٍ جديدٍ للمعلومات يُسمّونه الآن Computer Communication.

التمارين

حدد الإجابة الصحيحة:

1. مجتمع المعلومات ظاهرة أفرزتها:

التكنولوجيا الحديثة– العولمة الثقافيّة– الإنترنت

الإجابة الصحيحة: العولمة الثقافية

2. من خصائص مجتمع المعلومات:

الاعتماد على التكنولوجيا الرقميّة– عمد التوظيف المتداخل لوسائل الإعلام– النقل السريع للحدث

الإجابة الصحيحة: الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية

3. –ظهور الشبكة العنكبوتيّة عام:

1989 –1995 –1990

الإجابة الصحيحة: 1989

4. –إنّ الشبكة العنكبوتيّة قدّمت مصفوفات معلوماتيّة مثل:

الحكومة الإلكترونيّة– السمع بصريّة– التفاعل الإلكترونيّ

الإجابة الصحيحة: الحكومة الإلكترونية

5. – بعض الاختراعات الإلكترونية ظهرت في:

النصف الثاني من القرن التاسع عشر– نهاية القرن العشرين– بداية القرن الواحد والعشرين

الإجابة الصحيحة: النصف الثاني من القرن التاسع عشر

المراجع

1. بن أحمد، محمد. (2005). مجتمع المعلومات من المنشود إلى الموجود. مجلة اتحاد الإذاعات العربية، (3)، ص 65-72.

2. الحمامي، الصادق.(2005). المساءلة النظرية لمفهوم مجتمع المعلومات. مجلة اتحاد الإذاعات العربية، (3)، ص9-19.

3. الحيدري، عبدالله الزين. (2009، 7- 9 ابريل). الإعلام الجديد النظام والفوضى. قدم إلى المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.

4. خلفلاوي، شمس ضيات.(2009، 7- 9 ابريل). فرص تجسيد مجتمع المعلومات داخل المؤسسة. قدم إلى المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.

5. شيخاني، سميرة. (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق للعلوم الإنسانية، مجلد 26، (1)، ص 435-480.

6. قوي، بوحنية. (2009، 15. 17 مارس). عصر المعلومات و آثاره الإجتماعية، المكونات والمؤشرات السوسيوثقافية. قدم إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض.

7. المنصور، محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك.

الوحدة التعليمية الرابعة

الإعلام الجديد

أولاً- مفهوم الإعلام الجديد

ثانياً- تصنيفات الإعلام الجديد

ثالثاً- بيئة الإعلام الإلكترونيّ الجديد

رابعاً- العوامل الرئيسيّة وراء ظهور الإعلام الجديد

خامساً- مميزات الإعلام الجديد

سادساً- وظائف الإعلام الجديد

سابعاً- خصائص وسائل الإعلام الجديد

ثامناً- السمات المميّزة للإعلام الجديد

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يشرح بدايات الإعلام الجديد
- يشرح مفهوم الإعلام الجديد
- يعرّف الإعلام الجديد بمفاهيمه المتعددة
- يعدّد تسميات الإعلام الجديد
- يعدّد تصنيفات الإعلام الجديد
- يشرح بيئة الإعلام الإلكتروني الجديد
- يعدّد العوامل الرئيسية وراء ظهور الإعلام الجديد
- يعدّد مميزات الإعلام الجديد
- يعدّد وظائف الإعلام الجديد
- يعدّد خصائص وسائل الإعلام الجديد
- يعدّد السمات المميزة للإعلام الجديد

مقدمة

إنّ "مجتمع الإعلام والاتصال والمعرفة" الذي يبدو وكأن النظام الليبرالي الجديد يفكر في ذاته من خلال رؤيته ويعبر عنها، وينجزها على نطاق عالمي يطال وإن بدرجاتٍ متفاوتة عدداً متزايداً من المجتمعات البشرية، سواء كانت ما فوق نامية أو نامية أو في طور النمو.

ومن هنا فالاقتصاديات والبنى التحتيّة/ التكنولوجيّة وطرق إدارة المجتمعات وتسييرها والسياسات الثقافيّة و"الميدياتيكية" والتربوية والقوانين ذاتها. لكافة أمم الأرض تقريباً تتأثر بهذا النمط المجتمعيّ الجديد، وترى نفسها مكرهةً أو مرغمةً على التأقلم مع الواقع الجديد (في المجتمع)، وذلك باعتماد حلول سريعة لمشكلاتهم العاجلة والمعقدة، والتي غالباً ما لا يتمّ التفكر بها ملياً.

إنّ الناس اليوم باختلاف مشاريعهم وأصنافهم، سواء كانوا من أهل الخبرة والاختصاص أو كانوا ببساطة بشراً عاديين هم بصدد الاكتشاف، ولو بصورة حدسية، إنّ وسائط الإعلام والاتصال والمعرفة القديمة منها والحديثة تشكل موضعاً مركزياً طال ويطال حتى حياتهم اليوميّة، أي أنّ هذه الوسائل أصبحت تقيم علاقة منتظمة أو شبه منتظمة مع كل أبعاد حياتهم الاجتماعيّة العمل، البطالة، التربية، الترفيه...الخ.

وأصبحت هذه الوسائط تمثل بالتالي ظاهرةً اجتماعيةً شاملةً، كما يقول مارسال موس Marcel Mauss"، الباحث الاجتماعي وعالم الأنثربولوجيا الفرنسيّ: ظاهرة تحث مستخدميها على المجابهة الدائمة.

وهكذا تسنى للإنسانيّة جمعاء أن تدرك أكثر فأكثر، خاصةً عبر نخبها العلميّة والفكريّة والسياسيّة والإداريّة وكذلك من خلال اتجاهات رأيها العام، أنّ المشكلات التي يطرحها "مجتمع الإعلام والاتصال والمعرفة" هنا وهناك، هي مشكلات أعقد من أن تنعت بالعادية أو المبتذلة، ولما وجد الناس أنفسهم مقحمين في واقع الأمر في وضعيات غير مألوفة ومحيرة كهذه، وبحثاً عن مسالك وأطر ومقاييس وعلامات تساعدهم على فهم ما يجري من حولهم من أحداث وأفعال ووقائع، أخذ هؤلاء الناس أفراداً وجماعات اجتماعيّة يبدون نوعاً من الهلع والضياع المتزايدين وسط فيض وغزارة المعلومات اللامحدودة التي يصعب ضبطها والتحكم فيها، وحتى أمام مسائل ملموسة ترتبط بحياتهم اليومية، غالباً ما أصبح الناس يعبرون عن عجزهم عن الفعل، ويقرون بعدم كفاءتهم في إبداء الرأي إزاء مسائل تتصل بمحيطهم المباشر.

فإن كان الناس في اللحظة الراهنة عاجزين عن التعامل مع أبسط المسائل التي تمتد إلى واقعهم اليومي والعادي، فما عسى أن يقول هؤلاء الأفراد وهذه الجماعات إزاء قضايا كبرى ومعقدة ذات طابع اقتصادي ومالي وسياسي وإيكولوجي (بيئي) وصحي، وقضايا تسعى شيئاً فشيئاً إلى التقننة وإلى مزيد من الزيف يعكس "مجتمع الإعلام والاتصال".

"مجتمع الاتصال والمعرفة" ثقافة جديدة، فكر جديد، أم تمثّل جديد للمجتمع؟

تقارب اليوم علوم الإعلام والاتصال مفهوم الاتصال على أنّه مصطلح مؤسس لفكرٍ جديدٍ يُنعت "بالفكر الاتصالي"، والذي يتموضع في مفترق اختصاصات شتى.

إنّ هذا الفكر هو بمثابة طريقة أو رؤية جديدة للكون، كما كان الشأن بالنسبة إلى حقول تفكير علمي أخرى كعلم الاجتماع على وجه الخصوص، الذي كان يُنظر إليه في الماضي كمقاربة جديدة لمجتمع صناعيّ يريد أن يعي ذاته. وتولي هذه العلوم (علوم الإعلام والاتصال) أهميّة خاصة إلى السياقات الاجتماعيّة/ الثقافية، وتعطي مفهوم العلاقة بالذات اهتماماً أساسيّاً، وينبغي أن تربط هذه العلاقة حسب دانيال بونيو Daniel BOUGNOUX بين ذوات إنسانيّة، وليس بين كائنات بشرية وأشياء.

كذلك يريد الفكر الاتصالي تبيان عدم صلاحية نمط المرسل في الاتصال الذي يتأسس على رؤيةٍ تسلسليّةٍ وخطيّةٍ وسكونيّةٍ للوقائع الاجتماعيّة.

ويعتبر هذا النمط مخفضاً أو مقللاً لقيمة المتقبل، نظراً إلى كونه يتجنب إدراج الوقائع الإنسانيّة والاجتماعيّة في سياقاتها الجغرافيّة والثقافيّة والتاريخيّة.

وفضلاً عن ذلك فالالتجاء المكثف من قبل العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة وعلوم الإعلام والاتصال منذ عقدين من الزمن تقريباً إلى مفهوم الشبكة، يبدو كأنّه علامةٌ تكشف عن تغيير فعلي في طريقة مقاربة الواقع.

وفي السياق ذاته كتب سيلفان اللموند Sylvain ALLEMAND ما يلي:

" وبإيحائه فكرة اللارسمي والمرور والتبادل والثقة يوفر مفهوم الشبكة في الواقع عنايةً للتأكيد على حقائق ظلت طويلاً مغمورةً وفاقدةً للاهتمام رغماً عن أهميتها البالغة في فهم التفاعلات الاجتماعيّة، وكيفية اشتغال المنظمات".

إنّ براديجماً جديداً قد فرض نفسه بقوةٍ لافتةٍ في ما بين تسعينيّات القرن الماضي وبداية القرن الحالي في مجالات وحقول علوم الإنسان والمجتمع، ويتجسم هذا النمط الجديد في التفكير

والتحليل والإحاطة بالظواهر في مفهوم الشبكة، الذي يرى فيه البعض المبدأ المركزيّ لإدراك وتفسير المجتمعات المعاصرة.

ففي كتابه "مجتمع الشبكات" يشرح الباحث الاجتماعيّ مانويل كاستل ManuelCastellsمسألة بروز مجتمع الشبكات عبر تفاعل ظاهرتين تاريخيتين:

تتمثل الأولى في تحول ثقافيّ انطلق في ستينيّات القرن العشرين: انتشار روح الفوضى، وعقلية نصيرة للحرية المطلقة، التوق إلى بناء علاقات اجتماعيّة أكثر مرونةً وتفاعليّةً.

وتتجسد الظاهرة الثانية في ثورة تكنولوجيا برزت إلى الوجود في سبعينيّات القرن الماضي، خاصةً في مجالي الاتصالات اللاسلكيّة وعلم الوراثة.

وحاول نفس الباحث لفت الانتباه بخصوص التأثير الحاسم للشبكة في إعادة تنظيم المجالات والقطاعات الاجتماعيّة: العمل، المؤسسة، المدينة...، فيعني مفهوم الشبكة إعادة النظر في تحليل العلاقات الاجتماعيّة القائمة أساساً على الاتصال والتبادل والتدفق عوضاً عن نظام التسلسل والسلطان والنفوذ والمؤسسة.

وجدير بالملاحظة أنّ هذا التطور الحاصل ليس في معزلٍ عن تراجع وتقلص تأثير الأطر التقليديّة للتنشئة الاجتماعيّة بصورةٍ عامّة، والتي كانت تدور وعلى امتداد سنين طويلة في فلك الدولة الوطنيّة.

فلا عجب إذاً أنّ واقع ودراسة الشبكات يخصان في ذات الوقت المستويين الأكثر محلية والأكثر كلية، أي المستويين ما فوق وما تحت الدولة الوطنيّة.

إنّ تياراً كاملاً في علم الاجتماع ركز في أشغاله وبحوثه على تطور علاقات اجتماعيّة قائمة على مقاييس الصلة والقربى، وفي هذا السياق يمكن مثلاً لشبكة علائقيّة أن تظهر إلى الوجود وتثبت وتعمر زمناً طويلاً، إذا كانت تجمع أعضاءها أذواق وممارسات متجانسة في مجال من المجالات (الموسيقا، الرياضة، السينما)، ويبدو جلياً أنّ نزعةً تميز المجتمعات المعاصرة بدأت تلوح في الأفق، وتتجسم في بناء علاقاتٍ اجتماعيّة على قاعدةٍ جيليّةٍ (نسبة إلى جيل)، فالأشغال السيسيولوجيّة أو الأنثروبولوجيّة تكاد لا تحصى اليوم في البلدان المتقدمة والمنتجة

علمياً في هذا الموضوع بالذات، وبصورةٍ أدق في مسألة اجتماعيّة المراهقين ومسألة نسج شبكات صداقة تتجاوز السياقات المدرسيّة.

فتكوين شبكة بين أصدقاء يمكن لها أن تتواصل بانتظام عبر التلاقي في المقاهي أو البيوت خارج أوقات العمل، كما يمكن لها أن تتوطد وتتعزز بواسطة المراسلة الإلكترونيّة أو الهاتف الجوال.

في السياق نفسه هناك أشغالٌ أخرى اهتمت باجتماعيّة المتقاعدين الجدد، فإذا ما دخل الفرد في شبكة فسيجد فيها من مصادر المعلومات ما يضاهيها من مصادر التسلية والانشراح والدعم الشخصيّ، وهذا يعني أنّ منطق الشبكة يؤشر إلى إعادة بناء العلاقات الاجتماعيّة على قاعدة أكثر شخصنةً وأكثر مودةً وبالتالي أقل معياريةً، وفي هذا المجال يرى الباحثان الاجتماعيان ألان دوغان وميشيل فورسي في كتابهما "الشبكات الاجتماعيّة" الذي نشراه سنة 1994، في إعادة بناء العلاقات الاجتماعيّة هذه انعكاساً لطموح يسعى إلى علاقاتٍ اجتماعيّة أكثر صدقاً وعفويةً وشرعيةً وحرية.

أولاً- بدايات الإعلام الجديد:

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلحٍ واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليديّة، مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعليّة للكمبيوتر



وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلميّة التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجيّة في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافيّ والحدود السياسيّة، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام.

لقد جاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل سيطرة مركزيّة وسائل الإعلام التقليديّة المركزيّة، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرةً وبتكلفةٍ معقولة.

إنّ قوة وسائل الإعلام الجديد لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها، والتي تسمح لكلّ من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضاً ثورة نوعيّة في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو.

ويمثل الإعلام الجديد مظهراً جديداً كلياً، ليس في إطار دلالات علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة، كونه ما زال في معظم جوانبه حالة جنينيّة لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد.

وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنّها لم تلغ وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورتها بل غيرتها بشكلٍ ضخمٍ، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكلّ منها بالأخرى، بشكلٍ ألغت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيريّة تتسم بالطابع الدوليّ أو العالميّ.

ويكتسب الإعلام ضمن إطار ثقافيّ وتاريخيّ وحضاريّ سمات العصر الذي يولد فيه وخصائصه، وفي الواقع إنّ عصر المعلومات أفرز نمطاً إعلاميّاً جديداً يختلف عن الأنماط الإعلامية السابقة في:

- مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله.
- تأثيراته الإعلاميّة والسياسيّة والثقافيّة والتربويّة الواسعة النطاق.

لدرجة أطلق بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأنّ الإعلام ظاهرةٌ جديدةٌ في تاريخ البشريّة، بل لأنّ وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة، أدت إلى تغييرات جوهريّة في دور الإعلام، وجعلت منه محوراً أساسيّاً في منظومة المجتمع.

ثانياً- مفهوم الإعلام الجديد:

إنّ الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين، عرف بهما هذا العصر هما ظاهرة تفجر المعلومات "Information Explosion" وظاهرة الاتصالات عن بعد "Telecommunication".

يعتمد الإعلام الجديد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسلية وتخزينها وتوزيعها، وهذه الخاصية هي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكلٍ ميسر وبأسعارٍ منخفضة، وهي في الواقع خاصيّة مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، والفرق هو أنّ الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصيّة جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل "Interactivity"، والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، وقد أضافت هذه الخاصية بعداً جديداً مهمّاً إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيريّ الحالية، التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتمّ إصدارها من مصدر مركزيّ، مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

كما يتميز الإعلام الجديد أيضاً بأنّه إعلامٌ متعدد الوسائط "Multimedia"، والمعلومات يتمّ عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ ممّا يجعل المعلومة أكثر قوةً وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلوماتٌ رقميّة، يتمّ إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكلٍ إلكترونيّ.

يتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيّرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.

يعرّف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكلٍ مختصر، ويصفه بأنّه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، وبحسب ليستر الإعلام الجديد باختصار، هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليديّة للإعلام الطباعة والتصوير الفوتوغرافيّ والصوت والفيديو.

وبحسب موسوعة الويب المعروفة باسم ويبوديا webopedia، فإنّ تعبير الإعلام الجديد يشير إلى العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكترونيّ التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر.

وبالرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهومٍ واضح المعالم للإعلام الجديد؛ بسبب حالته الديناميكيّة المتغيرة والمتطورة بشكلٍ مستمر، إلا أنّ الحقيقة المؤكدة أنّ كثيراً من الأشكال الإعلاميّة والأنماط الاتصاليّة الجديدة بدأت تفرض نفسها في الواقع الإعلاميّ، وتستقطب أعداداً متزايدة من مستخدمي الوسيط الاتصالي الجديد (الإنترنت)، التي قامت بدمج الوسائل الاتصاليّة المختلفة القديمة والمستحدثة في مكانٍ واحد، وغيّرت كثيراً من المفاهيم الإعلاميّة التي استقرت لسنواتٍ طويلة عند الباحثين والأكاديميين، كما أدت إلى تغير الأدوار التي تقوم بها عناصر العملية الاتصالية، كالقائم بالاتصال والمتلقي والرسالة والوسيلة ورجع الصدى، ولم تكتف الوسيلة الإعلاميّة الجديدة بالسماح لكلّ من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصاليّة، ولكنّها أحدثت ثورةً نوعيةً في المحتوى الاتصالي المتنوع، من نصوص إلى صور، وملفات صوتيّة، ولقطات فيديو مصورة، وانتشرت الأخيرة خلال العامين الماضيين بشكلٍ يستوجب الوقوف أمام الموقف الاتصالي لتدبر أبعاده ودراسة تأثيراته، فقد انتشرت المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل ملفات فيديو شخصية أو عامة بضوابط معيّنة ليراها الجميع في أنحاء المعمورة، حيث تحول المستخدم إلى منتجٍ إعلامي بفضل التقنيات الاتصاليّة الجديدة، مثل كاميرات الهاتف النقال وغيرها، ينتج ويبث ما يريد على الإنترنت، وقد لاحظ الباحث إقبال الشباب على هذه النوعيّة من الأشكال الاتصالية المستحدثة بصورةٍ كبيرةٍ.

والإعلام الجديد هو عملية عرض العالم الجديد بكلّ أبعاده العقليّة والسياسيّة والاقتصاديّة من دون حاجاتٍ إلى عباراتٍ، مثل أصبح الإعلام حاجةً حيويةً للكيانات الجماعيّة والمجتمعات، ذلك أنّ الإعلام لم يصبح كذلك، بل كان كذلك أصلاً؛ أمّا تقنيات بثه واستيداعه واسترجاعه، فهي تطورات مادية جاءت ضمن سياق التطور الإنسانيّ الذي يجعل كماليات اليوم ضروريات الغد.

ثالثا"- تعريفات الإعلام الجديد:

1. الإعلام الجديد هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر، هي الكمبيوتر، والشبكات، والوسائط المتعددة.
2. الإعلام الجديد هو وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوبٍ ميسرٍ وبسعرٍ منخفضٍ، وتصنف التفاعل المباشر، وتلتزم من المتلقي انتباهاً، وتدمج وسائط الإعلام التقليديّة.
3. الإعلام الجديد هو كلّ أنواع الإعلام الرقميّ الذي يقدم في شكلٍ تفاعليّ.
4. الإعلام الجديد هو الذي تولّد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائيّة بعد، ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنّه لا يشبه وسائط الاتصال التقليديّة، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات.
5. يقرّ جونز Jones أولاً بعدم وجود إجابةٍ وافيةٍ وقاطعةٍ عن السؤال، ما هو الإعلام الجديد؟ ويبني إجاباته على أنّ هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء، فيعرف الإعلام الجديد بأنه: "مصطلح يُستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكترونيّ أصبح ممكناً باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والردايو إلى حدٍ ما، وغيرها من الوسائل الساكنة"

رابعاً- تسميات الإعلام الجديد:

1. الإعلام الرقمي:

مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية، والوسائط (المتصلة بالإنترنت)، في عملية تفاعلية بين المرسِل والمستقبِل،



بحيث تكون جميع الوسائل والأدوات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي من صحافة وأخبار وغيرها من الأدوات ومصادر المعلومات هي بشكل رقمي.

وتتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها، أي أنّ الفرد يمكن أن يكون رئيساً لتحرير المجلة التي يختارها، مثل الفيس بوك والمدونات بأنواعها والفيديو تيكس والتلفزيون الرقمي، أي أصبح الجمهور مشاركاً في وسائل الإعلام بدل من أن يكون متلقي فقط.

2. الإعلام التفاعلي:

حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية، وبصيغة أخرى استخدام الانترنت للتسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.



3. إعلام المعلومات:

للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.



4. إعلام الوسائط المتعددة: حالة الاندماج التي تحدث بين النص والصورة والفيديو

خامساً- تصنيفات الإعلام الجديد:

وضع ريتشارد ديفيس"Richard Davis" وديانا أوين "Diana Owen" في كتابهما المشترك (الإعلام الجديد والسياسة الأمريكيّة) الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي:

الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة:

يرى الباحثان أنّ نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعةٍ من الأشكال الصحفيّة في الإذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران إلى راديو وتلفزيونات الحوار الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينيّات من القرن الماضي، فقد كان الرئيس الأمريكيّ فرانكلين روزفيلت يستخدم الإذاعة كأداةٍ سياسيّة للحديث إلى الناس، وكانت أحاديثه مسموعةً بشكلٍ واسع. التلفزيون أيضاً مع الراديو جدد نفسه كثيراً ببرامج الحوار الحيّة talk show والمجلات الإخباريّة، مثل date line وبرامج الأخبار الحيّة، وبرامج الصباح المعروفة.

الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة:

تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة، وعلى رأسها شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني وغيرهما، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات، ومن التواصل بين الطرفين، وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم، وتمكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض، وتجاوزت العوائق المكانيّة والزمانيّة والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم، وهذه الوسائل تتصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيريّ، وتقديم مصادر لا حد لها، ومجالاً واسعاً من الأشكال والتطبيقات الاتصاليّة.

الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة:

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدوداً اصطناعيّة، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلاميّ الذين يعملون على الوسائل التقليديّة الوسائل الجديدة

لاستكمال أدوارهم الإعلاميّة المختلفة، أي أنّهم أصبحوا يستخدمون النوعين معاً، وكما يعترف الأفراد تعترف المؤسسات القديمة أيضاً بأهميّة الإعلام الجديد، وتعمل على اللحاق بتكنولوجياته وتطبيقاته المختلفة، فصحف كبيرة مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكة الإنترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد، وتكمل مشروعها الإعلاميّ، وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة.

سادساً- بيئة الإعلام الإلكترونيّ الجديد:

ظلت بيئة العمل الإعلاميّ لسنواتٍ طويلة تتبع منهجاً يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطةٍ إلى نقطةٍ في مسارٍ محدد، حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو تقرير أو رسالة عبر الأثير، تلتقطها الأذن أو عبر التلفزيون أو عبر الصحف الورقيّة.

في المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلاميّ الإلكترونيّ ليتخذ مساراً يتسمّ بالتنوع، وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة، حيث وضعت أربع مراحل:

المرحلة الأولى:

ساحة الأحداث ومصادر المعلومات، وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائيّة الإخباريّة، بل أصبحت الساحة تضم صحفيين هواة ومستقلين وغير محترفين، ذوي انتماءاتٍ مختلفة وأهداف مغايرة تماماً، جاهزين تماماً للدفع بالأخبار في التوّ واللحظة.

المرحلة الثانية:

جهة الاتصال، وفيها يزداد التنوع، وتظهر المزيد من التفريعات والقنوات الإلكترونيّة المتعددة ونماذج عمل مختلفة، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس، فمثلما وُجد صحفيون وغير صحفيين،

أيضاً يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفيّة تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحيفة، منها أفراد مستقلين أو منظمات وجهات دولية، أو أحزاب أو هواة أو مدونين، وكذلك اختلف الأمر أيضاً من ناحية الوظائف الداخليّة وطبيعة التعامل مع المعلومات الواردة، فعلى الصحيفة القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقةٍ تناسب كلّ مادةٍ على حدى؛ لأنّ عليها أن تدير موقعاً إلكترونياً ونسخةً ورقيّةً في ذات الوقت، وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضاً، وبات على الوسيلة الإعلاميّة سواء الإذاعة أو التلفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير أيضاً، ومراجعة الأرشيف الإلكترونيّ لديها، وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافيّة للمادة المقدمة، والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخباريّة المقدمة، ممّا يتطلب من جميع وسائل الإعلام أن يتوافر لديها:

- نوعاً من التفاعل والتداخل الإيجابيّ بين الصحفيين من جهةٍ وفريق عمل تقنيّ متكامل.
- بالإضافة إلى إخصائي تصميم صفحات ويب وإدارة الموقع، وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوى.

لذلك أصبح الدور الإعلاميّ لوسائل الإعلام في غاية التعقيد، ممّا يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلاميّة لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلاميّ.

المرحلة الثالثة:

وسيلة الاتصال، وهنا نحن بصدد نسخةٍ ورقيةٍ مطبوعةٍ، لكن عن موقع الوسيلة الإعلاميّة على الإنترنت أو قناة معلومات صحفيّة تبيعها المحتوى بمقابل مادي، وفي كل الأحوال نحن أمام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الإعلاميّة المطبوعة عمودها الفقري، فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاءٍ داعمة لقدرتها على المنافسة، وتنويع مصادر الدخل.

المرحلة الرابعة:

الجمهور المتلقي، وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى جمهورٍ مختلف كلياً عن جمهور النموذج الخطي، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهيئ الفرصة

لجمهورٍ مزود بقدرٍ من البدائل والأدوات، التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية إلى جمهور يتفاعل بإيجابيّة، ليس فقط مع ما يقدم له، ولكن أيضاً مع مقدم الخبر أو من صنعه، فموقع الوسيلة الإعلاميّة على الإنترنت أصبح البديل السريع الذي يتيح للجمهور الوصول للكتاب والصحفيين فوراً، وبعضها الآخر يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجري في ساحة الأحداث لحظياً.

أيضا تحول جمهور وسائل الإعلام الجديد من جمهور يقرأ فقط إلى جمهور يقرأ ويسمع ويرى ويبحث ويتفاعل، بل مشاركاً من خلال ما يبديه من تعليقاتٍ وآراء، ويمارس عليها أيضاً نوع من السيطرة، فيرفض بعض المعلومات، ويتقبل البعض الآخر، بل وأحياناً يصبح صانعاً للأخبار.

وفي بيئة الإعلام الجديدة يملك المواطن كل ما تملكه المؤسسات الإعلاميّة في العالم، من أدوات عبر شبكة الإنترنت يستطيع طبع النسخ، ويستطيع أن يوزعها على مستوى العالم لو أراد، ويملك قسم تصوير وفيديو وتسجيل صوتي، سواء بأجهزة تقنيّة عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي.

وهذا بالضبط التحدي الذي يواجه الإعلام التقليديّ بكلّ صوره (مطبوع، مسموع، مرئي)، فلم يعد المواطن متلقي فقط أو مفعولاً به، بل شريكاً في صناعة الرسالة الإعلاميّة، وأصبح فاعلاً في الوسائط الجديدة من المدونات ومواقع التواصل الاجتماعيّ.

سابعاً– العوامل الرئيسيّة وراء ظهور الإعلام الجديد:

إنّ وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنيّة واقتصاديّة وسياسيّة، يمكن تلخيصها فيما يأتي:

العامل التقنيّ:



المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات، ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعيّة وشبكات الألياف الضوئيّة، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجيّة في توليفات اتصالية عدّة إلى أن أفرزت

شبكة الشابكة (الإنترنت)؛ لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى، المطبوعة والمسموعة والمرئيّة، وكذلك الجماهيريّة والشخصيّة.

وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجيّة على جميع قنوات الإعلام، صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلاميّة وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً، وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب، وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزيّة التي تقطن فضاء المعلومات.

العامل الاقتصاديّ:



يبرز العامل الاقتصادي في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع في حركة السلع ورؤوس الأموال، وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعةٌ اقتصاديةٌ في حدّ ذاتها، تتعاظم أهميّتها يوماً بعد يوم.

بقول آخر: إنّ عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصاديّة لعولمة الأسواق، وتنمية النزعات الاستهلاكيّة من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازيّة من جانبٍ آخر.

العامل السياسيّ:



يتمثل العامل السياسي في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسيّة، بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنيّة والاقتصاديّة والسياسيّة بصورةٍ غير مسبوقة، جاعلةً من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحةً ساخنةً للصراعات العالميّة والإقليميّة والمحليّة.

ومع تطور تقنيات الإعلام الجديد اكتسبت ظاهرة المدونات "البلوجز" زخماً كبيراً، وأحدثت ردود فعل عديدة على المستويين الرسميّ والشعبيّ، كما أثارت جدلاً مستمراً بين المعنيين من السياسيين والإعلاميين والأكاديميين والمختصين والمهتمّين، باعتبارها "صحافة بديلة" أو أنّها منفذٌ جديدٌ للتعبير الحرّ دون رقابة، كما أثارت نوعاً من الشك في أن تكون سببًا في التفتيت وإثارة النعرات الطائفيّة.

ثامناً- مميزات الإعلام الجديد:

1. تكنولوجيا الإعلام الجديد غيّرت أيضاً بشكلٍ أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال، من حيث تطلبها لدرجةٍ عاليةٍ من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.

2. تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكلّ منها بالأخرى، بشكلٍ ألغت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.
3. جعلت من حرية الإعلام حقيقةً لا مفر منها، فالشبكة العنكبوتيّة العالميّة مثلاً جعلت بإمكان أي شخصٍ لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً، وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفةٍ لا تذكر.
4. الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط؛ حيث إنّه أحدث ثورةً نوعيةً في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكلٍ هائلٍ خلال السنوات الماضيّة، بشكلٍ خاص عبر ما يُعرف بصحافة المواطن، وكان له تأثيراتٌ اجتماعيّة وسياسيّة وتجاريّة كبيرة، تستلزم التدبر والدراسة.
5. تفتيت الجماهير، ويُقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام، والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل، مثل المواقع الإلكترونيّة، وشبكات التواصل الاجتماعيّة، والهواتف الذكية، وألعاب الفيديو الإلكترونيّة، بجانب الوسائل التقليديّة من صحف وإذاعة وتلفزيون.
6. غياب التزامنيّة، ويُقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقتٍ يريده.
7. الانتشار وعالمية الوصول، ويُقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافيّة.
8. قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى.

تاسعاً– وظائف الإعلام الجديد:

حدد "شرام" و"لاسويل" عدداً من الوظائف الرئيسية والفرعيّة للإعلام في المجتمعات، ووجد ولبر شرام أنّ هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمّة رئيسيّة أو فرعيّة لوسائل الاتصال الجماهيريّ وهي: مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع آفاق التعرف على العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية، يساعد بصورةٍ غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعيّة، توسيع نطاق الحوار السياسيّ، تقوية المعايير الاجتماعيّة، تنمية أشكال التذوق الفنيّ والأدبيّ، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرساً ويساعد في جميع أنواع التعليم.

وقد ولّد تطور الحاجات الاجتماعيّة والسياسيّة والاقتصاديّة للمجتمعات المختلفة ***وظائف للإعلام الجديد المعاصر منها:***

1. تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعاتٍ طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتمّ بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتمّ الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكترونيّ، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.
2. سهولة الاتصال بالمواقع الإخباريّة وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلاميّة التي تقدم الوظيفة الإخباريّة، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتمّ في بقاعٍ كثيرةٍ من العالم في لحظة وقوعها.
3. القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار، بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليميّ أو عالميّ نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقتٍ معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت، وبصفةٍ خاصة المواقع الإعلاميّة المنتشرة فيها، ممّا يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقميّة

التعبويّة"، التي تعمل بمعزلٍ عن كلّ النظم والأشكال التنظيميّة المتاحة في المجتمعات، وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطيّة.

4. غياب المصادر وتحري المصداقية، تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافيّ، والهيمنة الثقافيّة، والتبعيّة الثقافيّة.
5. تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكلٍ غير مسبوق؛ نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمّها سعة التخزين، وسهولة الإتاحة.
6. نجد أنّ هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للاستفادة من شبكة الإنترنت في تقديم الخدمة التعليميّة للمستويات التعليميّة المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضيّ والفصول الافتراضيّة وغيرها، التي تشير إلى وظيفة الحواسب والشبكات في التعليم.
7. أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين، وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبةً أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائيّة، بجانبٍ أنّها تحقق تمويلاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة، سواء كانت مجانيّة أو مدفوعة.
8. مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الإنترنت أو في البرامج الرقمية، التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمريّة عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمريّة مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلاميّة من إذاعة للمواد الإعلاميّة التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة، وحاجات جمهور المستخدمين منها.

وتذكر "ساق الله" أنّ هناك العديد من ***وظائف الإعلام الجديد***، *وهي على النحو التالي:*

1- سرعة نقل المعلومة وعدم التأخر فيها، مع وضوح ذكر مصدرها.

2- وضوح المعلومة أو الخبر المنوي نقله دون لَبس، ولكن بنفس الوقت دون إطالة مملة، فنحن الآن نحيا في عصر السرعة.

3- احترام مبدأ وجود الآخر في عصر أصبح الآخر موجوداً فيه في كلّ مكانٍ، وهذا يشمل التوقف عن أشكال الإعلام القديم المنحاز بشكلٍ أعمى ممجداً الأشخاص والهيئات بطريقةٍ منفرةٍ جداً.

4- إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء الرأي فيما يعرف بالبث المتبادل.

عاشراً- خصائص وسائل الإعلام الجديد:

تشهد تكنولوجيا الاتصال تحوّلاً كبيراً تجعلنا ننتقل من آلات تعتمد على التماثل (analogue) إلى أخرى رقميّة (Digital)، من آلات لها وظيفة وحيدة إلى آلات متعددة الوظائف، وهو ما يجعل وسائل الاتصال الجماهيريّ تملك خصائص ترفع من كفاءتها، ومن فعاليتها في القيام بالأدوار التي صُنعت من أجلها، ومن بين أهمّ هذه الخصائص يمكن الإشارة الى ما يلي:

1. الاستعارة والالتقاء:

الاستعارة هي قيام وسيلة الاتصال باقتباس المواضيع والتقنيات المستعملة في وسيلةٍ أخرى سابقة لها، أو لاحقة عليها، بشكلٍ لا يجعلها مجرد استعمال مماثل لما تؤديه الوسيلة المستعارة منها، فمثلاً ترتكز معالجة النصوص في الحاسوب على تقنيات الآلة الكاتبة، لكنّها تقدم إمكانات أكثر ممّا كانت توفره هذه الأخيرة، كما أنّ التلفزة تستعمل الشاشة المقتسمة والعنوان لتقدم الأخبار، مثلما يحصل في الإنترنت. إنّ هذا يجعل وسائل الاتصال الجماهيري تتأثر فيما بينها، وهو ما يجعل تطورها أكثر من مجرد تعاقب يؤدي إلى حلول الوسائل الجديدة محل القديمة منها.

أمّا الالتقاء فيشير إلى تشابه وتقاطع المضامين بين مختلف وسائل الاتصال، الأمر الذي يؤدي إلى نوع من التوحد في معالجتها، أو إلى تأثيراتٍ متقاربة.

2. وسائل "ذكية":

صارت وسائل الاتصال اليوم أكثر ذكاءً؛ لأنّها تتوافر على حواسيب صغيرة مدمجة فيها، وذلك حتى بالنسبة إلى الاستعمالات الشخصيّة، وهو ما يوفر للمستعمل إمكانيّة التشفير وفك التشفير، وتخزين المعلومات، متجاوزاً الاستعمال البسيط الذي كان يميز ما سبقها من وسائل الاتصال، فالهاتف النقال في نسخة الحالية لا يقدم فقط وظيفة الاتصال، وإنّما يمكن أيضاً استعماله في معالجة النصوص والربط بشبكة الإنترنت وبرمجة المواعيد والمكالمات...الخ

كما إنّ المدونات على الإنترنت تسمح للمتصفحين بالتفاعل مع ما هو معروضٌ من خلال انتقاده أو إغنائه، والأمر نفسه ينطبق على الصحافة على شبكة الإانترنت، التي لا تقدم للمستعمل مقالات صحفيّة فحسب، بل تعطيه أيضاً فرصة التعليق والدخول مع مؤلفيها في محاورات ونقاشات، بل إنّها تشكل في بعض الأحيان مناسبة لانطلاق مراسلات بين القراء وأصحاب المقالات، وهو ما لا توفره الصحافة الورقيّة، مع العلم أنّ الصحافة الإلكترونيّة تكون في جزءٍ كبيرٍ منها ممّا هو مكتوبٌ في الأولى.

حادي عشر- السمات المميّزة للإعلام الجديد:

مع أنّ الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم (التقليديّ) في بعض جوانبه، إلا أنّه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي:

1- التحول من النظام التماثليّ "Analog" إلى النظام الرقميّ "Digital":

- في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقامٍ منفصلة، هي صفر وواحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك، يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجةٍ متسلسلة.

- ونظراً إلى كون الإشارات الرقميّة؛ إمّا صفراً أو واحداً دون أي قيم بينهما، فإنّ النظام الرقمي يكون أشد نقاءً وخالياً من التشويش، وفي واقع الأمر فإنّ الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام، إمّا أن تكون نقية تماماً، أو أنّها لا توجد أصلاً؛ وذلك بعكس النظام التماثليّ الذي يمكن أن يحتوي على قيمٍ جزئيةٍ تتراوح بين صفر وواحد؛ ومن ثمّ فإنّ إمكانية التشويش تكون أكبر.
- ميزة أخرى للنظام الرقمي هي تطابقه وإمكانية دمجه مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب، وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثليّ، تكمن أهميّة ذلك في أنّ معظم وسائل الإعلام أصبحت تعتمد بشكلٍ متزايدٍ على الحاسوب، ومن المتوقع أن تصبح أجهزة البث والهاتف وشبكات المعلومات جميعها رقمية في المستقبل.

إنّ النظام الرقميّ المعتمد على مبدأ الفتح والإغلاق (off–on) بمرونته، فهو عند استخدامه لنقل الصوت أو النص أو الفيديو لا يفرق بين تلك المعلومات، بل يتعامل معها جميعها في مجرى واحدٍ، ممّا يجعل تخزين الرسائل وتحريرها ونقلها واستقبالها يتمّ بسرعةٍ. المشكلة التي تواجهها عملية التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي، هي أنّها تتطلب إجراء عملية تغيير وإحلال لمعظم الأجهزة الحالية من هواتف وكاميرات وغيرها من أنظمة الاتصال التي مازالت تعمل وفق تكنولوجيا القرن التاسع عشر التماثليّة، وهذه العملية تتطلب كثيراً من النفقات والجهد والوقت، سواء من قبل شركات الاتصالات نفسها التي تحتاج إلى تغيير الأجهزة المستخدمة لديها، أو من قبل المستهلك نفسه الذي يحتاج إلى أجهزة تلفاز أو راديو قادرة على استيعاب التكنولوجيا الجديدة، غير أنّه في هذه الحالة سيستمتع بصوت وصورة أكثر نقاءً، فضلاً عن إمكانية مشاهدته لمئات القنوات التي يمكن أن تحتوي على ميزة التفاعل.

إنّ الاتجاه الحالي هو أن تتحول وسائل الإعلام جميعها تدريجياً إلى النظام الرقمي، وما يساعد على ذلك هو الانخفاض الكبير في أسعار الحواسيب الذي نتج عنه انخفاض تدريجي في أسعار الإلكترونيات الرقمية إلى المستوى المقبول للمستهلك؛.ومن ثمّ سوف يكون من الممكن إزالة جميع تلك العناصر التي تعمل على تحديد نظم الفيديو والسمعيات والكمبيوتر وفصلها عن بعضها بعضاً، فمع تطور تكنولوجيا الاتصالات فإنّ الفيديو

والراديو والتلفاز والهاتف وأشكال بيانات الاتصالات جميعها سوف يتمّ تعريفها وتحديدها من خلال مقدار المعلومات الرقميّة (bits) اللازمة لنقلها، وبمجرد تحديد معدل البيانات (Data Rate)وبروتوكولات التعريف، فإنّ الانتقال من شكلٍ من هذه الأشكال إلى الشكل الآخر يصبح مجرد عملية استخدام للوسيلة المناسبة للتحويل من النظام التماثلي إلى الرقمي (A\D) للإرسال والتسجيل، أو من النظام الرقمي إلى التماثلي (D\A) للاستقبال أو الاستماع.

2- التفاعلية "Interactivity":

وتُطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثيرٌ في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويُطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنيين، هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال، مثل الممارسة الثنائيّة، والتبادل، والتحكم، والمشاركين، ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التلفازيّة.

3- تفتيت الاتصال "Demassification":

وتعني أنّ الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فردٍ واحدٍ أو إلى جماعةٍ معيّنة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرةً من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

4- اللاتزامنيّة "Asynchronization":

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقتٍ مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كّلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرةً من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقتٍ دون حاجة لوجود المستقبل للرسالة.

5- قابلية التحرك أو الحركية "Mobility":

تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكانٍ إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.

6- قابلية التحويل "Convertibility":

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيطٍ إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

7- قابلية التوصيل "Connectivity":

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواعٍ كثيرةٍ من أجهزةٍ أخرى، وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تمّ فيه الصنع، ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو DVD.

8- الشيوع أو الانتشار "Ubiquity":

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقةٍ من طبقات المجتمع، وكل وسيلةٍ تظهر تبدو في البداية على أنّها ترف، ثمّ تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو، وبعده التلفاز عالي الوضوح، والتلفاز الرقمي، والتلفاز ذو الشاشة البلازمية، والسينما المنزلية.

وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كّلها، وفي رأي" ألفن توفلر" أنّ من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل, لا ليقصي من هم أقل ثراءً، حيث يدعمون بطريقةٍ غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

9- الكونية "Globalization":

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة، تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئةً وذهاباً من أقصى مكانٍ في الأرض إلى أدناه في أجزاءٍ على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكانٍ في العالم.

الخلاصة

إنّ الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات "Telecommunication" وظاهرة الاتصالات عن بعد "Information Explosion".

والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعدٍ في إنتاج المعلومات والتسلية وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكلٍ ميسر وبأسعارٍ منخفضة، هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أنّ الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصيةٍ جديدة لا يوفرها الإعلام القديم، وهي التفاعل "Interactivity"، والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم، تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً مهمّاً إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيريّ الحالية، التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاهٍ واحدٍ، يتمّ إصدارها من مصدرٍ مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

التمارين

حدد الإجابة الصحيحة:

1-الإعلام الجديد هو:

التلفزيون الرقميّ– التلفزيون التفاعليّ– إعلام عصر المعلومات

الإجابة الصحيحة: إعلام عصر المعلومات

2- من تسميات الإعلام الجديد:

الإعلام الحّر– الإعلام الرقميّ– الإعلام الاستقصائيّ

الإجابة الصحيحة: الإعلام الرقمي

3- من مرادفات الإعلام الجديد:

الإعلام البديل– أعلام النخبة– الإعلام التثقيفيّ

الإجابة الصحيحة: الإعلام البديل

4- من العوامل الرئيسيّة وراء ظهور الإعلام الجديد

العامل التقنيّ– العامل الفنيّ– العامل البشريّ

الإجابة الصحيحة: العامل التقني

5-وظائف الإعلام الجديد المعاصر:

مواظبة الأحداث- التغطية المباشرة- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة

الإجابة الصحيحة: تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة

المراجع

1. أبو شنب، حسين. (ب.ت). المدونات الالكترونية والتعددية الإعلامية، محاضرات في الإعلام التفاعلي. استرجعت في تاريخ 1 شباط 2015 من .emag.mans.edu.eg/**media**/upload/27/logo_790101129.doc

2. الألوكة. (2012)، ملخص بحث: الإعلام الجديد ما له وما عليه. استرجعت في تاريخ 25 كانون الثاني، 2015 من http://www.alukah.net/Publications_Competitions/0/54838/#ixzz2fc3Sguuj.

3. أمين،رضا عبد الواجد. (2009، 7- 9 ابريل). استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت. قدم إلى المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.

4. البرغوثي، بشير ، البهبهاني، يعقوب. (2004). النظام الإعلامي الجديد. (ط.2). عمان: دار رؤى للنشر والتوزيع.

5. بنهلال، محمد. (2012 شباط). الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية. مجلة المستقبل العربي، (396)، ص7-40.

6. **بن رمضان، يوسف**. **(2011)**.الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة. مجلة اتحاد الإذاعات العربية، (3)، ص6-14.

7. ساق الله، مها فالح. (2013). ماهية الإعلام الجديد. ورقة بحثية ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة.

8. شيخاني، سميرة. (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. مجلة جامعة دمشق للعلوم الإنسانية، مجلد 26، (1)، ص 435-480.

9. صادق، عباس مصطفى. (2008). الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط.١). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

10. الغامدي، فينان عبد الله. (2012، مايو). التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني. قدم إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.

11. الرأي

12. هميسي، رضا. (ب.ت) .الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني- د راسة قانونية. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح- كلية الحقوق العلوم السياسية.

13. الوردي، زكي حسين(2007). صحافة المدونات الإلكترونية على الإنترنت، مجلة الباحث الإعلامي، (3)، ص 11-18.

14. يوسف، حنان. (2006). تكنولوجيا الاتصال ومجتمع معلوماتية. القاهرة :مكتبة الساعي للنشر والتوزيع.

15. حسونة، نسرين (ب.ت). الإعلام الجديد، المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف،منشورات شبكة الألوكة.

الوحدة التعليمية الخامسة

الإعلام الجديد

"الإعلام الاجتماعيّ"

أولاً- مفهوم الإعلام الاجتماعيّ

ثانياً- الإعلام الاجتماعيّ والتحولات في المضامين الإعلاميّة

ثالثاً- دور الجمهور في صناعة المضامين الإعلاميّة

رابعاً- مظاهر وأشكال المضامين التي ينتجها مستخدمو وسائل الإعلام الجديد (الإعلام الاجتماعيّ).

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليميّة يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يحدّد مفهوم الإعلام الاجتماعيّ
- يعدّد أبرز التحولات في المضامين الإعلامية للإعلام الاجتماعي
- يشرح دور الجمهور في صناعة المضامين الإعلاميّة
- يعدّد مظاهر وأشكال المضامين التي ينتجها مستخدمو وسائل الإعلام الجديد

أولاً- مقدمة عن الإعلام الجديد "الإعلام الاجتماعي":



تعود جذور المشهد الاتصالي الذي نشهده اليوم ونعيش عدداً من تجلياته إلى سلسلةٍ من التطورات التقنية المتلاحقة، بدأت في وقتٍ مبكرٍ من حقبة السبعينيّات من القرن الماضي، وخاصةً منها تلك التي تمت على صعيد شبكة الإنترنت، ففي عام (1972) دخلت هذه الشبكة عالم البث المتاح للجميع، وبدأ العمل على تطوير تقنية تسمح باستخدامها على نطاق تجاريّ، ومعها بدأ الطابع التواصلي للإعلام كحقلٍ معرفيّ واجتماعيّ جديد، وتطور حتى أصبح اليوم أحد أهمّ مجالات العلوم الإنسانيّة.

ويُطلق مصطلح الإعلام الجديد على تكنولوجيات الاتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، كما أصبح لشيوع وسائط الإعلام الجديد واستهلاكها من جانب الجمهور، علاقة غير قابلة للشك في ميلاد عصر اتصالي جديد، أطلق عليه البعض عدداً من المُسميّات مثل: العالم الافتراضيّ، الاتصال الرقميّ،.وغيرها من التعبيرات، والتي تعبّر عن ظاهرة إنسانيّةٍ تقنيّةٍ واحدة، فالإعلام الجديد ساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصليّة التقليديّة القديمة القائمة على احتكار النخب السياسيّة والثقافيّة لوسائط الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام.

ومنذ أواخر عام (2005) دخلت شبكة الإنترنت مرحلةً جديدة، أمكن فيها لكلّ متصفحيها أن يكونوا بمثابة مرسلين للمادة الإعلاميّة ومستقبلين لها في آنٍ واحدٍ، وبفضل هذا كلّه أصبحت هناك مواقع تتيح لزوار الشبكة ومتصفحيها تكوين حسابات، يمكنهم من خلالها تحميل ملفات الصوت والصورة والنصوص، وأن يتحكموا في عملية مشاهدة هذا المحتوى، من خلال إتاحته على نطاقٍ ضيق، أو جعله عامّاً للجميع.

فالإنترنت لم يسهل فقط عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات، بل أتاح الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكالٍ تعبيريّة مختلفة، كمنتديات

الحوار، والصفحات الشخصية، وغرف الدردشة، والمدونات، والحسابات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعيّ، وغير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى، وطرق التعبير، والمشاركات المختلفة.

فالإعلام الجديد يوفر وسائل وقنوات جديدة للاتصال والتواصل، ويتيح منابر جديدة للنقاش والحوار، ممّا فتح المجال أمام أفراد المجتمع لممارسة مختلف أنواع الاتصالات بواسطة شبكة الإنترنت للخروج من:

- وضعية عدم التواصل وعدم الحوار إلى التواصل والحوار.
- ومن الإعلام والاتصال الذي يتمّ في اتجاهٍ واحدٍ إلى الإعلام الأفقي والاتصال في جميع الاتجاهات.

ويلجأ الأفراد للتواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء من خلال ما يُسمّى **بمواقع الشبكات الاجتماعيّة**، التي تُعد وسيلةً جديدةً ل:

- تبادل الآراء والأفكار.
- وحشد المناصرة والتأييد لقضية من القضايا.
- وتكوين الوعي حول القضايا المختلفة، أو تدعيم القائم منها سلفاً، من خلال المواد المنتجة باستخدام الوسائط المتعددة، وذلك عوضاً عن المنتديات الإلكترونيّة التي يقوم على إدارتها أشخاصٌ يقومون بالدور التقليديّ لـ "حارس البوابة"، والمجموعات البريديّة محدودة الفاعلية، أو المواقع المجانيّة المتخمة بالإعلانات التي تعرضها المواقع الموفرة لهذه الخدمة، حيث وجدت المدونات طريقها إلى شبكة الإنترنت، ومواقع الفيديو، ومجموعات التواصل الاجتماعيّ.

فمرتادو الشبكات الاجتماعيّة ينتمون إلى مشارب مختلفة، ولهم اهتماماتٌ واحتياجاتٌ مختلفة، وبعضهم يرى أنّ هذه الاهتمامات والاحتياجات لا تجد من وسائل الإعلام والاتصال الاهتمام

اللائق لتلبيتها بصورةٍ كافية، فضلاً عن عدم تغطية هذه الوسائل لجميع الأنشطة التي يقومون بها، ممّا دفع هؤلاء الأفراد لتقديم محتوى يخصهم وحدهم وبما يمكنهم من نقله لغيرهم، معبرين من خلاله عن اهتماماتهم وآرائهم ومواقفهم المتفاوتة، وعلى نحو يفي بكافة احتياجاتهم الاتصالية، ويشبع رغباتهم بوجهٍ عام.

فمع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام، وخاصةً على الإنترنت، بدأت تظهر أنواع جديدة من الصحافة، كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلاميّة، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها وأشكالها، أو الوسائل التي يتمّ الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين.

وفي هذا السياق الجديد أخذ الجمهور يلعب دوراً محورياً في العمل الإعلاميّ، إذ لم يعد متلقياً فقط، بل منتجاً ومشاركاً، كما بدأت وسائل الإعلام بالتجاوب التدريجيّ مع هذه التحولات، سواء من حيث البحث عن طرقٍ جديدةٍ لتبليغ محتواها الإعلاميّ تتلاءم مع طبيعة مستخدميها، أو فسح مجال للجمهور المستخدم للمساهمة في صناعة محتواها الإعلاميّ، باعتبار أن تمكين الجمهور إعلاميّاً يساعد على الاحتفاظ به، ويدعم مكانتها المعنويّة وإمكانياتها الاقتصاديّة، ويثري مضامينها؛ كما يتلاءم مع طبيعة التطورات الحديثة في صناعة الإعلام، ويمكنها من استيعاب الأنواع الصحفية الجديدة في إطارها دون أن تشكل منافساً جديداً لها.

ومع ظهور أنواع جديدة من الصحافة، كصحافة المواطن، وصحافة المشاركة، والصحافة التعاونيّة، وصحافة البلوجرز الخ أخذت تلوح العديد من التحديات أمام الأدوار والمهام التقليديّة التي يمارسها الإعلام العربيّ، مع ظهور منافسٍ جديدٍ له يقوم بذات المهام التي يتولى القيام بها، في وقت بدأت فيه المؤسسات الإعلاميّة الغربية البارزة تعتمد بنسقٍ كبيرٍ على هذه الأشكال الجديدة من الصحافة، وتحاول الاستفادة من المضامين التي ينتجها المستخدمون في أشكالٍ إعلاميّة مختلفة، وتعود بالعديد من الفوائد عليها ماديّاً ومعنويّاً وجماهيريّاً.

ثانياً– مفهوم الإعلام الاجتماعيّ:

يقوم **الإعلام الاجتماعيّ** على مجموعةٍ من المبادئ تشكل في مجموعها غايته الكبرى المتمثلة في الرقي بالإنسان على مستوى إيقاظ الوعي الذاتي والعام، والمشاركة في اتخاذ القرارات، وصناعة المصير، ويتمّ ذلك من خلال وضع الأفراد والمجموعات في علاقاتٍ مع بعضهم بعضاً من منظور الاستقلاليّة والمسؤوليّة، إنّه يخصّ الإنسان باعتباره موضوعاً للاتصال وفاعلاً فيه.

فالإعلام الاجتماعيّ هو فرصة المجتمع المدني لتقديم مختلف مكوناته من خلال الحوار الحرّ المتبادل، إنّه يشكل الإمكانيّة المفتوحة لكلّ شخصٍ أو لكلّ مجموعةٍ للدخول في عملية اتصال مسؤول بحريةٍ وتسامحٍ واحترامٍ متبادل مع أفرادٍ آخرين أو مجموعات.

وبالتالي فمن أهمّ **شروط الإعلام الاجتماعيّ** احترام الجمهور والبحث عن تفاعليّة حقيقية معه، وذلك من خلال البحث عن نظرة مختلفة للحياة الثقافيّة والسياسيّة/ الاجتماعيّة في أنماطٍ من المعالجة الإعلاميّة التي تخرج عن الأساليب التقليديّة في الطرح والمعالجة فالجمهور هو شريكٌ حقيقي مستقل ومتحمل لمسؤوليته، وذلك وصولاً إلى تحسين فرص الشراكة وإغناء النسيج الاجتماعيّ.

يتمّ الحوار بالتساوي على صعيد إمكانات التعبير ووسائله، وبحيث يكون لكلّ محاورٍ مشارك الخيار بأن يجيب بطريقةٍ غير مقولبة سلفاً من قبل المرسل أو الوسيلة الاتصاليّة، وهنا تكون التقنية في خدمة المتحاورين بدلاً من الشائع، راهناً من استخدامها في خدمة القولبة والتدجين، وبالتالي يشكل الاتصال الاجتماعيّ حالياً رهاناً استراتيجيّاً لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعيّ والتنمية المشاركة فيما يتعلق بقضايا المجتمع (الشباب، الأسرة، المرأة، السياسة، الاقتصاد ...إلخ).

ويعرف الإعلام الاجتماعيّ بأنّه: «المحتوى الإعلاميّ الذي يتميز بالطابع الشخصيّ، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسِل والآخر مستقبِل، عبر وسيلة شبكة اجتماعيّة، مع حرية الرسالة للمرسِل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل».

كما يشير المصطلح أيضاً إلى: «الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقميّة بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئةٌ تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع».

ثالثاً- الإعلام الاجتماعيّ والتحولات في المضامين الإعلاميّة:



يمكن رصد أبرز التحولات ذات الصلة بصناعة المضامين الإعلاميّة والتي حدثت في السنوات الأخيرة كالتالي:

1- التحول في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة، إذ بدأ البعض يتحدث عن نهاية مصطلح الجمهور التقليديّ والدعوة إلى استبداله بمصطلح المستخدمين Users، باعتبار:

- أنه يتجه مباشرةً نحو المعنيين بالتواصل مع هذه المواقع والجمهور الفعلي لها.
- أنه يتصل مباشرةً بالأفراد الذين يقومون بالفعل بتغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها.
- أنّ العلاقة بين الجمهور والوسائل الجديدة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكيّ، أي من خلال المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط عبر سلسلةٍ لا متناهية من العمليات (النسخ، الطباعة، إرسال المقالات، إعادة نشر موضوعات على الشبكات الاجتماعيّة والتعليق عليها وتصنيفها ونصح الآخرين بتصفحها، فمصطلح الاستخدام هنا Usage/Use يختلف بهذا المعنى عن مصطلح التلقي Reception، فثمّة اختلافٌ بين الاستخدام وبين التلقي، فمستخدم الوسائل الإعلاميّة الجديدة يختلف في سماته

وممارساته عن المشاهد والقارئ والمستمع من ناحية علاقته المركبة بهذه الوسائل الجديدة.

2- التحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإلكترونيّة، إذ لم يعودوا يمارسون الدور التقليديّ لحارس البوابة بقدر ما يقومون بتسهيل تدفق المعلومات بين الأطراف المشاركة في إنتاجها، كما أصبحت علاقتهم بهذه الأطراف أكثر تفاعليّةً ومشاركةً وديمقراطيّةً في إنتاج المضمون، أكثر من كونها علاقة ذات اتجاه رأسي يكتفي فيها الجمهور بتلقي ما يُملى عليه.

3- تنوع مصادر المعلومات، حيث لم تعد المعلومة والخبر والرأي حكراً على طرفٍ ما دون غيره، بل أصبح باستطاعة الجميع المساهمة في إنتاج المضامين المختلفة، حيث ظهرت أطرافٌ أخرى بمقدورها أن تمارس سلطةً مماثلةً تقريباً للسلطة التي تمارسها وسائل الإعلام في البيئة التقليديّة، مع تنوع وتعدد الفرص التي يتيحها الإنترنت من أجل سماع أصواتٍ متنوعة ومتعددة ومتباينة في ساحةٍ مفتوحة.

4- حدوث تحول في المفاهيم الإداريّة الإعلاميّة، ومن أبرز ملامحها: غموض التفرقة بين المنتجين والمستهلكين، وهو ما أثار نقاشاً حول كم المنتج والمقروء والمستهلك من هذا المنتج، وحول ما تمثله هذه المضامين من توفير موارد مادية للمؤسسات الإعلاميّة، ومن إمكانية الاستفادة منها في زيادة رقعتها الإعلانيّة، وتسويق المؤسسة وسمعتها ومنتجاتها، كما بدأت بعض المؤسسات الإعلاميّة والترفيهيّة تتخوف من زيادة رغبة المستخدمين في إنتاج المضامين الخاصة بهم، وتعتبره تهديداً لها، فهم منافسون جدد، ولا يقل تأثيرهم عن تأثير التطورات التكنولوجيّة المتسارعة، أو المنافسين التقليديين.

5- ظهور تحولاتٍ إيجابيّة وأخرى سلبية في الممارسات الصحفية، إذ تساعد هذه المضامين في:

- إغناء الحوار العام والنقاش الجماعيّ.
- وتنشيط الحياة الديمقراطيّة في المجتمعات.
- وإعادة صياغة الأخبار.
- واستحداث فنون توصيل صحفية جديدة، وتوسيع دائرة تغطية الأحداث، وإدراج مصادر جديدة، وتوسيع دائرة المشاركين في جمع وتحرير وإنتاج الأخبار.

وفي المقابل أسفرت هذه الظاهرة عن بروز مضامين ناتجة عن سياق غير مؤسسي، وغير ملتزمة بالتقاليد المهنيّة التقليديّة، وبخروج بعضها عن أخلاقيات العمل الصحفي، واختلاطها بالمواد الإعلاميّة في الكثير من المواقع الإعلاميّة.

6- حدوث تحول في طبيعة إدارة العمل الصحفيّ:

- إذ لم يعد الاتصال بين منتجي المضامين الاتصالية والمستخدمين ذا اتجاهٍ خطي واحد، بل أصبح تعددياً ودائرياً وشبكياً.
- كما زاد معدل التواصل بين المستخدمين والمشرفين على المواقع عبر أدواتٍ متنوعة ومتعددة.
- وقلّت الضغوط التقليديّة الخاصة بالوقت والمساحة عما قبل.
- وكذلك لم يعد الصحفي حارس بوابة فقط بقدر ما هو مراقب ومدير للحوار الذي يساهم فيه المستخدمون.

7- طرحت هذه التحولات عدّة تساؤلاتٍ جديدة بشأن:

- الدرجة المسموح بها للمستخدمين في المشاركة في إنتاج مضامين المواقع الإعلاميّة، وطبيعة الدور الذي تمكنهم من القيام به، وإلى أي مدى يمكن الاستعانة بهم في المراحل المختلفة من العملية الصحفية؟
- وهل ستطبق على إنتاجهم نفس المعايير المطبقة على إنتاج الصحفيين المحترفين؟
- وحدود حرية المستخدمين، وطرق تحفيزهم للمشاركة المتواصلة، ومدى ولاء وإخلاص المستخدم لموقعٍ ما دون غيره، والمبادئ والأسس التي يجب أن تحكم العلاقة بين الموقع الإعلاميّ وبين المستخدمين.

8- إعادة قراءة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام في إطار إبستمولوجيّ جديد، يحاول تفسير أسباب تلكؤ بعض الصحف عن مسايرة التطورات الجديدة في المجال الإعلاميّ مقارنةً بين رؤيتين ، تتبنى الأولى تصوراً يرى أنّ السبب وراء هذا البطء هو تحكم ذهنيّة النشر الورقي في وسائل الإعلام التي انتقلت مؤخراً إلى البيئة الإلكترونيّة، وسعيها إلى حماية وسائل الإعلام التقليديّة من إمكانات التنوع والتعدد والانفتاح التي تتيحها هذه الوسائل الجديدة، وذلك في مقابل رؤية جديدة للإعلام ولوظائفه الثقافيّة والسياسيّة والجمهور،

تقوم على تصور تعدد المنتجين في صناعة المضامين الإعلاميّة، وعلى ضرورة تبني قيم التفاعليّة والتعدديّة والانفتاح والحوار بين كلّ الأطراف المعنيّة بالعمل الإعلاميّ.

رابعاً- دور الجمهور في صناعة المضامين الإعلاميّة:

يعتبر مفهوم المضامين التي ينتجها الجمهور (المستخدم) ""UGC" User Generated Content من أحدث المفاهيم المرتبطة بصحافة الإعلام الجديد، وهو مفهوم يعد تطوراً لمفاهيم سابقة شغلت الدراسات الصحفيّة في السنوات القليلة الماضية، مثل مفهوم التفاعلية Interactivity، وصحافة المواطن Citizen Journalism، وصحافة المشاركة Participatory Journalism، ومع انتشار وتزايد أهمية ومكانة وسائل الإعلام الجديدة بدأ هذا المفهوم يحظى باهتمام بعض الباحثين، باعتباره يعكس تحوّلاً جذرياً في المفاهيم الصحفيّة التقليديّة، وطبيعة العلاقة بين المشاركين والمستهدفين من العمل الصحفيّ.

وقد دفعت عدّة عوامل باتجاه انتشار هذا المفهوم، من بينها:

- تصاعد أهميّة الإنترنت **لتمتعها بالعديد من السمات التي تمكن المستخدمين من إنتاج** مضامينهم بأنفسهم ونشرها بيسرٍ وسهولة.
- وكذلك الاعتماد المتزايد على الرقمنة في العمل الإعلاميّ، وسهولة التواصل والاندماج بين الأجهزة المستخدمة في إنتاج هذه المضامين.
- وانتشار مساهمات المستخدمين في ساحات ومنتديات الإنترنت والمدونات والمواقع المختلفة وعبر الوسائل التفاعليّة المتنوعة.
- وتصاعد التنافس بين المؤسسات الإعلاميّة لشراء أكثر المواقع استضافةً لمضامين المستخدمين، كما حدث مع موقع يوتيوب، وهي مساهماتٌ من المتوقع أن تضاعف بتطور web 2.0، وهو ما ظل يوفر العديد من الأشكال التفاعليّة التي تسمح للمستخدمين لتقاسم وتشارك المعلومات مع بعضهم البعض.

وقد برزت أهميّة مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدمون في أعقاب بعض الأحداث العالمية المهمّة والكوارث الكبرى، مثل كارثة إعصار تسونامي في نهاية 2004، وهجمات لندن 2005، وأحداث لبنان سنة 2006، حيث لعب المواطن العادي دوراً مهمّاً في تغطية هذه الأحداث، سواء كشاهد عيان أو كصحفي أو كناشر للمعلومة والصورة والفيديو، باستخدام تقنيات بسيطة مكنته من منافسة أعتى الوسائل الإعلاميّة التقليديّة، وتحقيق بعض الانفرادات الصحفية التي لم تتيسر لهذه الوسائل، فعلى سبيل المثال، بعد حادث الهجوم في لندن تلقت البي بي سي ما يزيد على 22 ألف رسالة و300 صورة ومقطع فيديو للحدث، بثت بعضها في صدارة نشراتها الإخباريّة، وقد دفع نجاح مثل هذه التجارب بعض المؤسسات الإعلاميّة الكبرى لإعطاء مساحة اهتمامٍ أوسع للمضامين التي ينتجها الجمهور، وتأمين تغطيتها الإعلاميّة.

خامساً- المضامين التي ينتجها مستخدمو وسائل الإعلام الجديد

توجد المضامين التي ينتجها مستخدمو وسائل الإعلام الجديد على المواقع الإعلاميّة وغيرها في عدّة أشكال، منها:

- مقاطع الفيديو وقصاصات الصور والقصص الإخباريّة والتنبيهات الإخباريّة والملفات والصور والأفلام التي يتمّ تبادلها فيما بينهم.
- والتعقيب على المقالات والصور والأفلام والمدونات والبودكاست.
- والمواقع العامة التي تقوم على مشاركاتٍ جماعيّة والويكز Wikis، وتويترز Twitters.
- والمصادر ذات المساهمات المفتوحة، مثل الويكيبيديا، واليوتيوب، وحجرات الدردشة والنقاش وجماعات الأخبار.
- ومن الأشكال الجديدة التي استحدثتها بعض هذه المؤسسات لحفز الجمهور المستخدم على المساهمة في إنتاج مثل هذه المضامين وتزويدها بالصور والقصص والفيديو.

ومسميات أخرى مختلفة، مثل قل كلمتك "Have your Say"، فيديوهات صحفية، وممثل القراء "كن مراسلاً"، "شارك بقصصك"، وتغطية الأحداث كشهود عيان، وصحافة المواطن،

ودعوة المستخدمين إلى القيام بمهمّاتٍ صحفية "News Tips" وخاصة في حالة وقوع أحداث غير عادية، فضلاً عن انتشار المواقع التي تعتمد أساساً على المستخدمين في تزويدها بمضامينها، وكذلك المواقع الصحفية التي تعتمد بالكامل على الصحفيين المواطنين مثل "Ohmy News" الكورية.

وقد تنوعت تعريفات الباحثين لمفهوم المضمون الذي ينتجه المستخدمون، منها:

- المضمون الذي ينتجه المستخدمون هو أي مضمون ينتجه مستخدمو وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم وبشكلٍ مستقل عن أية مؤسسةٍ إعلاميّةٍ أو غير إعلاميّة ويستهدف مستخدمين آخرين.
- المضمون الذي ينتجه المستخدمون هو "مضمون ينتجه الجمهور للجمهور، وينشر بشكلٍ إلكترونيّ"، مع التأكيد على أنّه مصطلح متسع يمتد من مجرد تصنيف القراء لأهميّة موضوعاتٍ معينة إلى ما يبثونه على اليوتيوب. وقد أصبحت هذه الأشكال تنافس وسائل الإعلام التقليديّة، سواء في عدد جمهورها أو في نسبة الإعلانات التي تستقطبها.

وأهم وسائل نشر هذه المضامين ما يلي:

1. مواقع التواصل الاجتماعيّ:



وتُسمّى كذلك الشبكات الاجتماعيّة ومواقع التشبيك الاجتماعيّ، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد، من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وتكوين صداقات حول العالم وبناء جماعات افتراضية وفقاً لاهتمامات أو انتماءات مشتركة، ويمكن للفرد عبرها أن ينشئ صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الشخصيّة، ويكتب مقالات ونصوص، وينشر تسجيلات فيديو.

وهكذا تقوم مواقع الإعلام الجديدة على المشاركة في محتوياتها من طرف المستخدمين عن طريق الإضافات والردود التي تسهم في زيادة محتواها، فهي تتيح لهم الرد والتعليق وتقييم المحتويات عن طريق التصويت وإبداء الرأي، وكذلك تبادل المعلومات بكلّ حريةٍ وشفافية.

2. المدونات الإلكترونيّة:



هي مواقع إلكترونيّة يمتلكها أفراد (غالباً) ومؤسسات وجماعات، يتمّ الكتابة فيها بأساليب مختلفة، يقترب معظمها للأسلوب الصحفي، فهي تحاول دائماً إيجاد سبقٍ صحفي، والكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل، ويتمّ فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكلٍ ترتيبي كرونولوجي، ويمكن للقراء والمستعملين التعليق عليها.

والمدونة هي منصةٌ لممارسة حرية التعبير والرأي، فقد أتاحت حرية النشر في المدونات الفرصة لكثيرٍ من الناس الكلام عن كلّ ما هو ممنوع، وهذا بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة في نشر المعلومة، وهي بهذه تعد أداةً فاعلة في التعبير عن الهموم الشخصية والعامة، ووسيلةً تعمل على كشف المسكوت عنه، وهذا ما جعل البعض يُسميّها بالسلطة الخامسة.

3. مواقع بث الفيديو:



وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة (podcasting) أو مرئية، ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدّة مواقع مشهورةٌ جداً لدرجةٍ أنّها أصبحت تبيع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع.

4. مواقع التحرير الجماعيّ (Wiki):



وهي مواقع ذات محتوى تعاضدي، تعتمد على برمجيات "Wiki"التي تسمح للمستخدمين بتحرير مضمونها بشكلٍ جماعي، وذلك بإضافة مواد أو تغيير المواد الموجودة أو حتى حذفها.

الخلاصة

يقوم **الإعلام الاجتماعيّ** على مجموعةٍ من المبادئ تشكل في مجموعها غايته الكبرى المتمثلة في الرقي بالإنسان على مستوى إيقاظ الوعي الذاتي والعام، والمشاركة في اتخاذ القرارات، وصناعة المصير، ويتمّ ذلك من خلال وضع الأفراد والمجموعات في علاقاتٍ مع بعضهم بعضاً من منظور الاستقلاليّة والمسؤوليّة، إنّه يخصّ الإنسان باعتباره موضوعاً للاتصال وفاعلاً فيه.

فالإعلام الاجتماعيّ هو فرصة المجتمع المدني لتقديم مختلف مكوناته من خلال الحوار الحر المتبادل، إنّه يشكل الإمكانية المفتوحة لكلّ شخصٍ أو لكلّ مجموعةٍ للدخول في عملية اتصال مسؤول بحريةٍ وتسامحٍ واحترامٍ متبادل مع أفرادٍ آخرين أو مجموعات.

وبالتالي فمن أهمّ **شروط الإعلام الاجتماعيّ** احترام الجمهور والبحث عن تفاعلية حقيقية معه، وذلك من خلال البحث عن نظرة مختلفة للحياة الثقافيّة والسياسيّة والاجتماعية في أنماط من المعالجة الإعلاميّة التي تخرج عن الأساليب التقليديّة في الطرح والمعالجة .فالجمهور هو شريكٌ حقيقي مستقلٌّ ومتحملٌ لمسؤوليته، وذلك وصولاً إلى تحسين فرص الشراكة وإغناء النسيج الاجتماعيّ.

التمارين

1. **اختر الإجابة الصحيحة:**

يلجأ الأفراد للتواصل مع الأصدقاء والأقارب من خلال ما يُسمّى:

A. مواقع التواصل الاجتماعيّ.

B. مواقع الشبكات الاجتماعيّة.

C. مواقع الإنترنت.

الإجابة الصحيحة: B

2. **اختر الإجابة الصحيحة**

الإعلام الاجتماعيّ هو:

A. فرصة المجتمع المدني لتقديم مختلف مكوناته من خلال الحوار الحرّ المتبادل.

B. مصادر المعلومات وما يضاهيها من مصادر التسلية.

C. المفاهيم الإعلاميّة عند الباحثين والأكاديميين

الإجابة الصحيحة: A

3. **اختر الإجابة الصحيحة**

ما هي أبرز التحولات بصناعة المضامين الإعلاميّة:

A. التحول أمام الموقف الاتصالي لتدبر أبعاده ودراسة تأثيراته.

B. التحول الجديد بكلّ أبعاده السياسيّة والاقتصاديّة.

C. التحول في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة.

الإجابة الصحيحة: C

4. **اختر الإجابة الصحيحة**

يعتبر مفهوم المضامين التي ينتجها الجمهور من أحدث:

A. المفاهيم المرتبطة بصحافة الإعلام الجديد.
B. أعلام الوسائط المتعددة.
C. المفاهيم التفاعليّة.

الإجابة الصحيحة: A

5. **اختر الإجابة الصحيحة**

المدونة هي:

A. منصة لممارسة حرية التعبير والرأي.
B. الإعلام البديل.
C. الإعلام الاجتماعيّ.

الإجابة الصحيحة: B

المراجع

1. بخيت، السيد. (2011). إعلام المستخدم المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعه في البيئة الإعلاميّة الإلكترونيّة العربية. مجلة اتحاد الإذاعات العربية، (3)، ص 39-46.

2. بخيت، السيد. (2012، 15-16 إبريل). نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي. قدم إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض.

3. حجازي، مصطفى. (2011). الإعلام الاجتماعيّ وتأثيراته على الناشئة في دول مجلس التعاون. سلسلة الدراسات الاجتماعيّة، (63)، البحرين: المكتب التنفيذيّ لمجلس وزراء الشؤون الاجتماعيّة.

4. الراوي، بشرى جميل. (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري. مجلة الباحث الإعلاميّ، (18)، 2012. ص94-112.

5. العلاونة، سليم. (2012، تشرين الثاني). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، دراسة ميدانية على النقابيين في إربد. قدم إلى المؤتمر العلمي السابع عشر: ثقافة التغيير، جامعة فيلادلفيا، عمان.

6. هميسي، رضا. (ب.ت) .الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني- د راسة قانونية. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح- كلية الحقوق العلوم السياسية.

الوحدة التعليمية السادسة

الإعلام الجديد: الشبكات الاجتماعيّة

أولاً- ماهية الشبكات الاجتماعيّة

ثانياً-نشأة الشبكات الاجتماعيّة وتطوّرها

ثالثاً- الشبكات الاجتماعيّة من منظور النظريات والنماذج الإعلاميّة

رابعاً- خصائص الشبكات الاجتماعيّة

خامساً- الشبكات الاجتماعيّة والنشاط الاجتماعيّ والسياسيّ

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يشرح ماهية الشبكات الاجتماعيّة
- يشرح نشأة الشبكات الاجتماعيّة وتطوّرها
- يعدّد النماذج النظرية والإعلامية للشبكات الاجتماعية
- يعدّد خصائص الشبكات الاجتماعيّة
- يشرح الشبكات الاجتماعيّة والنشاط الاجتماعيّ والسياسيّ

مقدمة:

ممّا لا شكّ فيه أنّ التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة غيّر أنماطاً كثيرة في حياة الناس بعد مساهمتها في العديد من القضايا التي ترتبط حتى بالعلاقات الإنسانيّة. فتكنولوجيا الإنترنت مثلاً بلغت مرحلةً متقدمةً من التطور، فبرز الجيل الثاني من الإنترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم، وأتاح العديد من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعيّة عبر الإنترنت، وهي ظاهرةٌ برزت خلال السنوات الخمس الماضية، وتطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح من أكثر المواقع استخداماً للإنترنت، حيث تحوّلت إلى بديلٍ عن مختلف النشاطات التقليديّة الماضية من خلال تفاعل عددٍ كبيرٍ جداً من المستخدمين، ومع هذا التزايد الملموس في استخدام هذه المواقع من مختلف الفئات العمريّة، تعددت هذه المواقع وتنوعت مقدمة بذلك عدداً هائلاً من الخدمات التي تتنوع من موقعٍ إلى آخر، فظهر موقع "ماي سبيس"، "فايسبوك"، "لينكدن"، "تويتر"، وغيرها. هذا التطور وإن كان يعبر عن صيحةٍ تكنولوجية قدمت العديد من الإيجابيات للمستخدم، إلا أنّها قلبت من جهةٍ أخرى العديد من المفاهيم ولا سيما المجتمعيّة منها، مؤديةً بذلك إلى إثارة عددٍ من القضايا، منها موضوع الخصوصيّة، العزلة الاجتماعيّة، والهوية، وإلى جانب التأثيرات المحتملة على منظومة العلاقات الاجتماعيّة.

غير أنّه تجدر الإشارة إلى أنّ التطور المتسارع الذي يشهده مجال الشبكات الاجتماعيّة عبر الإنترنت خلق نوعاً من عدم الاتفاق على حدود هذه الشبكات وخصائصها، وهذا ما نلمسه من خلال اختلاف الباحثين مثلاً في تصنيف موقع "اليوتيوب" بين موقع تشبيك اجتماعيّ، أو موقع مشاركة الفيديو Video Sharing Sites.

أولاً- ماهية الشبكات الاجتماعيّة:

التواصل ظاهرةٌ اجتماعيةٌ حديثةٌ تقوم على علاقاتٍ تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة بواسطة وسائل الاتصال الرقمي التفاعليّ، يتمّ خلالها إرسال واستقبال المعلومات بين طرفين أو عدّة أطراف.



1. الشبكة الاجتماعيّة الرقمية حسب مرسي مشري هي: مجموعة هوياتٍ اجتماعيّة ينشأها أفرادٌ أو منظماتٌ لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعيّ، ويمثلها هيكلٌ أو شكلٌ ديناميكيّ لجماعةٍ اجتماعيّة، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنيّة أو علاقات الصداقة، كما تُطلق على الشبكات الاجتماعيّة الرقمية عدّة تسميات، منها: الويب **2.0**، الشبكات الرقميّة الاجتماعيّة، الشبكات الاجتماعيّة، وسائل الإعلام الاجتماعيّة، مواقع الشبكات الاجتماعيّة.
2. الشبكة الاجتماعيّة هي بنيةٌ اجتماعيّةٌ ديناميكيّةٌ مشكّلة من قمم وأطراف، فالقمم تشير إلى أشخاصٍ أو منظمات، وهي مرتبطة بعضها ببعض بتفاعلاتٍ اجتماعيّة، وبعد تَشكل الجماعة الإلكترونيّة عبر الإنترنت تأخذ بالبحث عن بعضها البعض عبر فضاءاتٍ مستقلة خاصة بهم (ألعاب، تسلية، مجال مهنيّ، فضاءات أخرى)، حيث يحس الفرد بأنّه مركز اهتمام الجماعة، وهذا ما يُسمّى بالفردانية الرقمية في الشبكة، التي تولد شعوراً بالأنس أو الألفة الاجتماعيّة، كما تولد الدردشة بالحاسوب نزعة الحضور معاً، والبحث دائماً عن الآخرين والرغبة في مد الروابط معهم، وهي تشبه إلى حدٍّ كبيرٍ النزعة الاجتماعيّة في التواجد كلّ مساءٍ مع الأصدقاء في المقاهي ضمن إطار العلاقات الاجتماعيّة الاعتياديّة.
3. الشبكة الاجتماعيّة الرقمية حسب **مالوني كريشمار** "Maloney Krichmar" (2005) هي: "مكانٌ يلتقي فيه الناس لأهدافٍ محددةٍ، وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدداً من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج".
4. الشبكة الاجتماعيّة الرقمية تعرّف بأنّها: "مجموعةٌ من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمعٍ افتراضيّ، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد –مدرسة –جامعة – شركة...الخ)، يتمّ التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصيّة ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحوها للعرض، وهي وسيلةٌ فعالةٌ للتواصل الاجتماعيّ بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضيّة.
5. الشبكة الاجتماعيّة الرقمية حسب **بويد وإليسون** 2007 هي خدمة عبر شبكة الإنترنت تسمح للأفراد بـ:
    1. بناء شخصيّةٍ عامّةٍ أو شبه عامّة من خلال نظامٍ محدد.
    2. توضيح لائحةٍ خاصة بالمستخدمين الذين يشاركون الاتصال.
    3. عرض قائمة الاتصالات والقوائم الخاصة بآخرين خلال نفس النظام.

6- مواقع التواصل الاجتماعيّ هي: "مواقع الشبكات الاجتماعيّة التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمعٍ افتراضيّ يعرّفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عددٍ من المواضيع والصور والفيديوهات وغيرها من النشاطات، التي يستقبلون تعليقاتٍ عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة.

6- الشبكات الاجتماعيّة هي نتيجة تكاثف جانبين من جهةٍ الجانب الاجتماعيّ والمجتمعيّ، والجانب الآخر هو الجانب التكنولوجيّ والإنترنت، فمن وجهة نظر اجتماعيّة حسب وازرمان وفروست الشبكة الاجتماعيّة هي مجموع من العلاقات بين الكيانات الاجتماعيّة (أفراد)، ويمكن أن يقتصر الاتصال بين هؤلاء الأفراد على علاقاتٍ تعاونيّة، صداقة، استشهادات بيلوغرافيّة، وتكون هذه المصادر رسميّة وغير رسميّة ملموسة وغير ملموسة. ومن أجل تحليل الشبكات الاجتماعيّة يرى فروست ووازرمان ضرورة التركيز على ثلاثة مفاهيم أساسيّة:

1. الفواعل وأفعالهم ككياناتٍ مستقلة.
2. بيئة توفر فرصاً للاعبين وتمارس ضغوطاً على أفعالهم الفردية.
3. الهياكل الاجتماعيّة والسياسيّة والاقتصاديّة التي لها تأثيرٌ في طبيعة العلاقات بين اللاعبين.

وبهذا يكون لدينا كلّ المفاهيم السوسيولوجيّة لتعريف الشبكة الاجتماعيّة، الأشخاص، والعلاقات الخاصة بهم، وأوجه التقارب بينها وبين البيئة المحيطة بهم.

7- الشبكة الاجتماعيّة الرقمية من وجهة نظر تكنولوجية تشمل مجموع المعدات الموصولة مع بعضها البعض التي تستعمل من أجل نقل كمٍ متدفقٍ من المعلومات، فيوجد شبكات الكمبيوتر التي نجدها في المؤسسات شبكات الهاتف أو كذلك شبكات الشابكة، وهي شبكة الإنترنت التي تسمح بربط العلاقات بين آلاف الأشخاص حول موضوع محل اهتمام مشترك، أو السماح لهم بتبادل المعلومات، أو كذلك المشاركة في التظاهرات، وكلّ هذا يحدث عن بعدٍ ومن دون اتصالٍ حقيقي.

إنّ التفسير السوسيولوجي أقرب إلى تفسير نشأة شبكات التواصل الرقميّة، فغريزة الاجتماع لدى الفرد جعلته يسعى دائماً إلى التعرف على الآخرين من خلال الحديث إليهم؛ حيث إنّ الاستمالة بالدردشة بالكمبيوتر تساهم في خلق السلوك القبلي عبر الإنترنت لدى الفرد كما يسمّيها جانيس

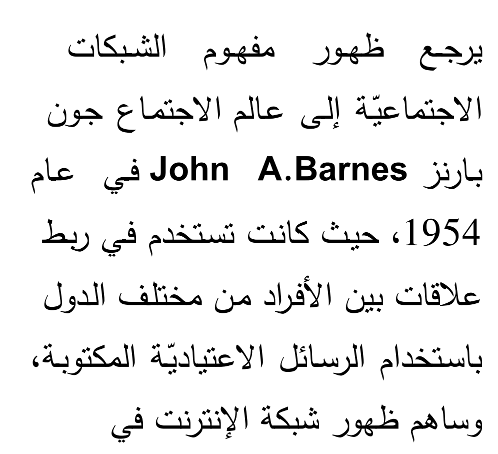
بليدل، فشبكات التواصل الاجتماعيّة الرقميّة كما يقول بليدل: "ليست تجاور مجموعة أفرادٍ معزولين، وإنّما هي هيكلٌ اجتماعيّ حقيقي يستند إلى تماسك أعضائه عبر مستويين:

1. داخل الجماعة من خلال المشاركة في استخدام اللغة، الرموز، الحالات العاطفية.
2. بالمقابل مع العالم الخارجي من خلال المنطق المانوي، حيث يتواجه النقيضان (هم ونحن).

إذ إنّ الاستراتيجيات القبلية من أجل البقاء تعتمد على توسيع إقليم نشاطهم من خلال مضاعفة عدد الأصدقاء في مواقع كالفيسبوك، والدفاع عنهم ضد الهجمات الخارجيّة (تعليقات سلبيّة، التحرش، الاستفزاز المعنويّ، التخريب).

وتولد الدردشة بالكمبيوتر النزعة بالتواجد معاً والبحث دائماً عن الآخرين ورغبة في مدّ الروابط معهم، وبالتالي يصبح المجال الإلكترونيّ الرقمي ميدان تطور هوية الفرد ليصبح محرك تطور هويته وشخصيته. (ثورة شبكات التواصل الاجتماعيّ).

ثانياً–نشأة الشبكات الاجتماعيّة وتطوّرها:


يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعيّة إلى عالم الاجتماع جون بارنز **John A.Barnes** في عام 1954، حيث كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتياديّة المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الإنترنت في



انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعيّ، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تُسمّى وسائل الإعلام الاجتماعيّة عبر الإنترنت المبنية على التطبيقات Applications، التي تركز على بناء شبكاتٍ اجتماعيّة أو علاقاتٍ اجتماعيّة بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعيّة أو شبكات التواصل الاجتماعيّ الرقميّة أساساً على التمثيل، بحيث يكون لكلّ مستخدمٍ ملفٌ شخصيّ Profile، وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصيّة.

كانت أول مواقع التواصل الاجتماعيّ التي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكة الإنترنت في شكل تجمعات هي، موقع Theglobe.com عام 1994، تلاه موقع Geocities في العام نفسه، وتلاهما موقع Tripod بعامٍ بعد ذلك، حيث ركّزت هذه التجمعات على ربط لقاءاتٍ بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل، من خلال غرف الدردشة وتَشارك المعلومات والأفكار الشخصيّة حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهي الأساس الذي قامت عليه المدوّنات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكترونيّ، وأهمّها موقع Classmates.com عام 1995 الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع SixDegrees.com عام 1997الذي يركز على الروابط غير المباشرة، الملفات الشخصيّة للمستخدمين، الرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة أصدقاء؛ كما ظهرت عام 1999 نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعيّ تقوم أساساً على الثقة والصداقة، حيث شملت التحديثات منح (المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال).

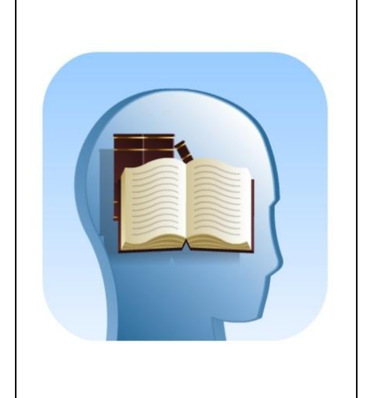
وخلال الفترة ما بين 2002 و2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعيّ الرقميّة عبر العالم ذروتها، من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعيّة تواصليّة، فكان أولها موقع Friendster عام 2003، ثمّ تلاه موقع My space وموقع Bebo عام 2005، حيث كان موقع My space الأكثر شعبيةً من بينها، كما برز موقع Facebook الذي أنشأه مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg عام 2004 ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكيّة، وأصبح بسرعةٍ أهمّ هذه المواقع الاجتماعيّة لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة .

وبهذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعيّ مستفيدةً من الاستراتيجيّة التجاريّة للإنترنت، حيث كان موقع Yahoo أول المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعيّة في استراتيجيته التجاريّة بإطلاق موقع Yahoo 360 في آذار 2005، كما تمّ شراء موقع Myspace من قبل مجموعة روبرت مردوخ Rupert Murdoch في تموز 2005، تلاها موقع Friendster الذي بيع إلى شركة ITV البريطانيّة في كانون الأول من نفس العام، وبعدها عرف الويب 2.0 ظهور الكثير من المواقع الاجتماعيّة قدر بعضها عام 2009 بـ 200 موقع.

وفي تطور لافت أطلقت شركة خدمات الإنترنت الأمريكيّة غوغل "Google" في يونيو عام 2011 رسمياً خدمة التواصل الاجتماعيّ باسم غوغل بلس (+ Google) لمنافسة موقع التواصل الاجتماعيّ فيس بوك، وتقدم موقع التواصل الاجتماعيّ ""+ Google، خدمات، مثل خدمة الدوائر Circles التي تسمح للمستخدمين بتصنيف العلاقات الشخصيّة الخاصة بهم،

وتقسيمها في دائرة للأصدقاء، وأخرى لزملاء العمل أو الجامعة، وأخرى للعائلة والمعارف، وتتميز خدمة جوجل بلس بالسهولة في إدارة جهات الاتصال ومرونة التحكم بإضافة مجموعة الأهل والأصدقاء، كما أنّها تقدم خدمة Google hangouts التي تسمح بإجراءات محادثاتٍ نصيّة فرديّة وجماعيّة بالصوت والصورة بين الأشخاص الموجودين في الدوائر المختلفة الخاصة بالمستخدم على الموقع، بالإضافة إلى خدماتٍ أخرى، مثل خدمة الاهتمامات Sparks لمتابعة روابط RSS .

ثالثاً- الشبكات الاجتماعيّة من منظور النظريات والنماذج الإعلاميّة:

من بين النماذج النظرية التي يتمّ الاستناد إليها في وضع المؤشرات النظرية لتقييم أداء مواقع شبكات التواصل ما يلي:	

1-منظور التفاعلية الرمزيّة Symbolic Interactions Perspective

يهتم بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعاتٍ صغيرة، ويركز على المفاهيم Definitions والمعاني Meanings، والتي وجدت وتمت المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، ويرى أنّ هويتنا Our identity أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعيّ Social interaction، ويتشكل أيضاً مفهوم الذات Self-Concept من خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا، **وهو** يعد من بين الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعيّ في المجتمع الافتراضيّ، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعيّة من خلال استخدام النص والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية، وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات إلكترونيّة من خلال التفاعل مع الآخرين.

2-نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory:

تُستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلاميّة والتكنولوجيّة وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وهي ترى أنّ فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكلٍ أكبر على الأشكال التفاعليّة للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإنّ الوسائل الإعلاميّة التي توفر رجع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قلّ الغموض، كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً.

وتفترض النظرية أنّ وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور، وتقديم تفسيراتٍ متنوعة، وتسهيل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلةٍ اتصاليةٍ معيّنة.

3-نظرية الشأن العام Public Sphere:

وضعها Habermas عام 1989، حيث يرى أنّ الشأن العام هو شبكةٌ اتصاليةٌ من الشبكات القائمة في المجتمعات المدنية، ترتبط ارتباطاً عميقاً بالحياة العامة أو الخبرات اليوميّة للأفراد، ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضاياهم العامّة.

وتفترض نظرية الشأن العام أربع سمات رئيسيّة تميز الاتصال، وهي:

- القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.
- والحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة.
- وبنية المناقشة.
- وطرح خطاب مبرر بأدلة إقناعيّة محددة.

ويمكن توظيف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، نظراً للسمات التفاعليّة التي تتسمّ بها، والتي يمكن أن تقود إلى مزيدٍ من دمقرطة المجتمع، من خلال إمكانية الوصول غير المحدد للمعلومات، والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديمقراطيّة الإلكترونيّة، ومعرفة إلى أي مدى يدعم الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعيّ فكرة ساحات النقاش وتبادل الرأي والمعلومات حول مجمل القضايا السياسيّة.

4-نظرية المشاركة الديمقراطيّة Democratic participant Theory:

تعطي هذه النظرية أهميةً قصوى لبدائل إعلاميّة جديدة بعيدة عن الوجه التجاريّ والاحتكاريّ، وتؤكد على دور المستقبل الإعلاميّ في صناعة مادة الاتصال، وتؤسس حقوق المستقبل في الرد وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات، وتعبّر عن معنى التحرر من الأنظمة المسيطرة، وتفترض عدّة فروض تتواءم مع الأدوار والوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطيّة، وهي:

- حق المواطن في النفاذ والوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها طبقاً للاحتياجات التي يحددونها.
- وأنّ سبب وجود وسائل الإعلام في الأساس هو خدمة جمهورها.
- وأنّ تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا يجب أن يكون خاضعاً للسيطرة المركزيّة القوية.
- وأنّ وسائل الإعلام التي تتسمّ بالتفاعل والمشاركة بتعاظم دورها في المجتمع الديمقراطيّ من الوسائل التي ينساب مضمونها في اتجاهٍ واحد.

وقد ارتكزت البحوث العلميّة حول وسائل الاتصال الحديثة على **نموذجين تفسيريين:**

الأول ويتمثل في الحتمية التكنولوجية:

وينطلق من قناعةٍ بأنّ قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعيّ، والنظرة التفاؤليّة للتكنولوجيا تهلل لهذا التغيير، وتراه رمزاً لتقدم البشريّة، في حين أنّ النظرة التشاؤميّة للتكنولوجيا وسيلةٌ للهيمنة على الشعوب المستضعفة والسيطرة على الفرد، فتقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعيّة.

أمّا النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية:

التي ترى أنّ البُنى الاجتماعيّة هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أنّ القوى الاجتماعيّة المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها، وإنّ البحوث النوعيّة التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنّها لا تؤمن بما هو تقنيّ ويتمتع بديناميكيةّ قوية يوجد في حالته النهائيّة، كما أنّ البُنى الاجتماعيّة ليست منتهية البناء، ولعلّ هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربيّة التي تعرف حركية

اجتماعية متواصلة لم تقضِ إلى صقلٍ اجتماعي تتمايز فيه البنى الاجتماعيّة والسياسيةّ، فالقوى الاجتماعيّة المتدافعة في المنطقة العربية مازالت قيد الصياغة والتشكّل.

كما أنّ المنطلقات الفلسفيّة للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خطٍ فاصلٍ بين ما هو تقني وما هو اجتماعي؛ لأنّهما يتفاعلان باستمرار في الحياة اليوميّة، بمعنى أنّ البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعيّة، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقنيّ أو اجتماعيّ فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له.

رابعاً- خصائص الشبكات الاجتماعيّة:

تتميز شبكة الإنترنت بعدّة سماتٍ تجعلها وسيلةً فعالةً، منها: الطبيعة التفاعليّة، وصعوبة السيطرة والرقابة على المواقع الإلكترونيّة، واتساع نطاق القاعدة الاجتماعيّة المستخدمة لها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافيّة والسياسيّة، كما تحول الجمهور المتلقي فيها من مجرد مستخدمٍ ومستهلكٍ مجهولٍ للرسالة الإعلاميّة إلى مشاركٍ فاعلٍ في تشكيل تلك الرسالة، كما تشجع على تحقيق أكبر قدرٍ من الديموقراطيّة فى المجتمع، كما أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، وجعلت من حرية الإعلام حقيقةً لا مفر منها، فضلاً عن كونها تستند إلى إعلام متعدد الوسائط، يتسمّ بالانتشار وعالمية الوصول، وبتفتيت الجماهير، وبغياب التزامنيّة، وبقابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى.

ومن بين السمات الأساسيّة للشبكات الاجتماعيّة أنّها تُمكن الأفراد وبشكلٍ عملي من اكتشاف اهتماماتهم، والبحث عن حلولٍ لمشكلاتهم مع أشخاصٍ آخرين مشابهين لهم أو مروا بالتجربة فيقدموا خبرتهم وتجاربهم لهؤلاء الأشخاص، وإمكانية إرسال الرسائل الإلكترونيّة عبر الشبكات الاجتماعيّة، وتقديم معلومات كاملة وفورية عن القضية التي تهمّ الشبكة الاجتماعيّة، وتسهيل عملية متابعة ما يُنشر أو يُبث في وسائل الإعلام أو على المواقع الإلكترونيّة عن القضية، وتوفير المعلومات للإعلاميين عن الكثير من القضايا التي تطرحها، ومساعدة القائمين على أمر هذه الشبكات في تجنيد المتطوعين للمشاركة في القضايا والفعاليات السياسيّة التي تهتمّ بها، وجمع التبرعات والحصول على الدعم المالي من المواطنين، وإمكانية التعارف على أشخاصٍ يقدمون المساعدة في الحياة العامة، واكتساب المعارف الجدد والمتنوعين؛ كما يمكن

اعتبارها منبراً جديداً للتعبير عن الذات، وهو ما يزيد ثقة الفرد في نفسه، فضلاً عن الرصيد الهائل من حرية التعبير عن الرأي دون الخوف من أي ملاحقةٍ، كما تساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم، وكذلك تفيد في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوفٍ أو وجلٍ، وكذلك تفيد في معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال القضايا المختلفة واكتشاف مواهب جديدة، كما يمكن أن تفيد في دعم القرارات ممّا يؤدي إلى نجاحها أو معارضتها، فضلاً عن مساهمتها في تحقيق التقارب الثقافيّ مع المجتمعات الأخرى في العالم، واختصار المسافات الاتصاليّة مع مختلف أنحاء العالم والمساهمة في عولمة الرأي العام.

1-خصائص متعلقة بالشبكة في حدّ ذاتها:

للويب 2.0 عددٌ كبيرٌ من المميزات، وأهمّها أنّه:

1. قليل التكلفة، فمثلاً لو قام أصحاب موسوعة الويكيبديا باستخدام الويب 1.0 لتطويرها، فإنّ تكلفة هذه الموسوعة ستتضاعف مئات المرات، لأنّ عليهم توظيف جميع الأشخاص الذين ساهموا في بنائها أو على الأقل توظيف آلاف المشرفين الذين ينقحون ويراجعون المواد، بينما في الويب 2.0، فإنّ القوة الدافعة للتطبيق نفسه مزودة بالتقنيات البرمجيّة العالية (high programming tech) للويب 2.0 تستطيع القيام بتنسيق جهود آلاف المتطوعين بصورةٍ آلية.
2. كما أنّ مواقع الإنترنت في الويب 2.0 أكثر سهولةً في الاستخدام وأكثر إنسانيةً من الويب 1.0، ومصدر الإنسانيّة هنا يكمن في فكرة المشاركة، فالمستخدم في الويب 1.0 يحصل على ما يريده من معلوماتٍ بصورةٍ سلبيةٍ من دون أي تفاعل بينه وبين موقع الإنترنت؛ أمّا في الويب 2.0 فإنّ الموقع يتفاعل بصورةٍ اجتماعيّةٍ مع زواره، ممّا يمنحهم شعوراً بالإنسانيّة والدفء في علاقتهم مع موقع الإنترنت بصورة كانت مستحيلة في الويب 1.0.
3. كما تحولت البرمجيات الداعمة لمواقع الإنترنت في الويب 2.0 من سلعٍ إلى خدماتٍ، ففي الماضي كان البرنامج الذي يقوم عليه موقع الإنترنت يعامل كسلعةٍ محددةٍ لها شكل وتصميم معيّن ولون وخلفية، أما في الويب 2.0 فإنّ من أول شروطها أن تكون برمجيات الموقع مفتوحة المصدر قابلة للتطوير المستمر مكونة من برمجياتٍ أصغر، وألا يكون للبرمجيات إصدارٌ محدد، وذلك يعني أنّ شكل الموقع قابل للتغيير المستمر

والمتواصل طالما أنّ هناك زواراً ومشتركين يقومون بتعديل مكّونات الموقع بصورةٍ دائمة، وفي ذلك فرقٌ كبيرٌ وواضحٌ بين الويب 2.0 والويب 1.0، حيث تظل المواقع في الويب 1.0 على حالها لأزمنةٍ طويلةٍ من دون أي تغيير، والسبب أنّ المواقع في الويب 1.0 تعامل كسلعٍ وليس كخدماتٍ، ولا يخفى على أحد أنّ تطوير السلعة هي عمليةٌ شاقةٌ ومكلفةٌ، بينما يمكن تطوير الخدمات بصورةٍ يوميةٍ على سبيل المثال خاصة أنّ المطورين في حالة الويب 2.0 هم من المتطوعين، بينما هم مدفوعو الأجر في حالة الويب 1.0.

4. وغني عن القول إنّ من أهمّ المميزات والإضافات التي أضافتها الويب 2.0 للإنسانيّة، هي كمية الاكتشافات والاختراعات الجديدة التي أصبحت تضاف إلى رصيد الإنسانيّة يوماً بعد يومٍ، فقد حفزت الطبيعة المرنة للويب 2.0 الملايين من المستخدمين المطورين حول العالم للقيام باختراع مكونات وبرمجيات جديدة تضاف إلى مواقع الإنترنت المبينة على هذا المفهوم، وقد أدت البنية المرنة للويب 2.0 إلى تسهيل عملية استقبال، وتبنّي هذه التقنيات بصورةٍ شبه آلية وبسرعةٍ فائقة لم تكن متاحة من قبل في أي مجالٍ من مجالات المعرفة.

2-خصائص متعلقة بالفرد المستخدم:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعيّ أو الإنترنت الاجتماعيّة بعدّة مميزاتٍ أهمّها:

- **التشاركيّة والتفاعليّة:**

إذ يقوم كلّ عضوٍ بإثراء صفحته في الشبكة بكلّ المعلومات المتعلقة به، سواء:

- بشخصه (أذواق، ملابس، رياضة، موسيقى).
- أو المتعلقة بثقافته (لغته دينه تقاليده).
- أو المتعلقة بموطنه من خلال نشر خرائط وصور عن مدينته ومدينة أصدقائه التي يرغب في إيصالها إلى الطرف الآخر من دون أن يحس أنّه مهددٌ في ذاتيته أو خصوصيته، كما يطلب معلومات عن العضو الآخر من دون الغوص في الخصوصيات؛ لأنّ الهدف دائماً هو عرض الذات والتعرف إلى الآخر.
- **الحضور الدائم غير الماديّ:**

حيث لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسالة نصيّة أو صور أو معلومات عن أفلامٍ أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بنفس الطريقة من دون أن يلتقيا في وقتٍ متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرةً، سواء من خلال الدردشة النصيّة أو من خلال الدردشة الشفهيّة باستعمال الميكرفون، وكلتا الحالتين تتطلب أن يكون أحد الطرفين ملمّاً بلغة الآخر كتابةً ونطقاً لتسهيل عملية التواصل.

- **الوضوح الهوياتي:**

وهو شيءٌ تلقائي يحدث بين الطرفين؛ لأنّ الغاية هي التعرف إلى الآخر وتعريف بالأنا، وهذا ما يجعل التواصل عمليةً خاليةً من الكذب والحيل وخاضعةً لصراحةٍ تامة، كما أنّ عملية التسجيل عبر المواقع تتطلب نوعاً من الشفافية في تدوين اسم المستخدم والبريد الإلكتروني، إضافةً إلى العنوان البريدي ورقم الهاتف، وهي معلوماتٌ شخصيّة عن الفرد والمستخدم يمكن له أن يشارك فيها مع أصدقائه عبر الشبكة في حالة ما إذا تولدت الثقة بينهم.

- **الهوية الرقميّة أو المواطنة الرقميّة:**

من أجل التسجيل في المواقع الاجتماعيّة الرقميّة يشترط من العضو اختيار اسم مستعار ورقم سري، وهما بمثابة بطاقة تعريف العضو، كما يتعين على المترشح للعضوية الموافقة على بنود عقد، تحدد بموجبه حقوقه وواجباته الرقميّة، وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم مستخدم ورقم سري وحيز خاص به يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بكلّ حريةٍ، كما يمكن أن يتعرض إلى العقوبات، مثل حذف حسابه الإلكترونيّ، أو تجميده نتيجة الممارسات غير الأخلاقية التي يمكن للفرد الإلكترونيّ أن يقوم بها، وبالتالي فمواقع التواصل الاجتماعيّ تمثل دولة افتراضيّة يتمتع عبرها الأفراد بالحرية والحماية من قبل المشرفين على هذه المواقع، شريطة الامتثال إلى القوانين التي وافق عليها الفرد خلال عملية تسجيله.

خامساً– الشبكات الاجتماعيّة والنشاط الاجتماعيّ والسياسيّ:



إنّ شبكات التواصل الاجتماعّي الإلكترونيّ (الإعلام الجديد) ذات تأثير عالي الفاعليّة لم يتصوره المحللون وخبراء الإعلام والاتصال، بل إنّها تفوقت على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للأحداث والوقائع فقد بثت أخباراً بلحظتها متضمنة صوراً ومقاطع مرئية التقطها شبابٌ من أبناء الجيل الإلكترونيّ الجديد في سباقٍ إعلاميّ مع القنوات الفضائيّة،

مثل ما حدث في تغطية أمطار جدة وسيولها، والدعوات الإيجابية للمشاركة في أعمال تطوعيّة لمساندة المتضررين، بل إنّ تلك الشبكات أسهمت في صناعة ثقافة التأثير من قبل بعض المؤثرين من مستخدمي الإنترنت، كما كان في الاحتجاجات المصرية الأخيرة التي بدأت إلكترونياً، ثمّ أصبحت ثورة شبابيّة شعبيّة على أرض الواقع.

إنّ تويتر، ويوتيوب، وفيس بوك، وفليكر، وماي سبيس، وبيبو، جومو، ولينكدجين...الخ عوالم افتراضيّة ومدونات إلكترونيّة وضعت أخيراً في الحسبان، وباتت وسائل اتصال رئيسة مستخدمة في أنحاء شتى من العالم، استطاعت أن:

- تزيد مهارات التواصل الاجتماعيّ عبر الإنترنت.
- وتعزز تواجد قطاع عريض من الناس في محادثات وتجمعات إلكترونيّة بين متصفحي الشبكة العنكبوتيّة.
- واستقطاب أعداداً كبيرة من البشر بكافة الأعمار والتوجهات والاتجاهات السياسيّة، إيذاناً بانطلاقة مرحلة جديدة من التواصل.

وأطرت تلك الشبكات التفاعليّة العنقوديّة لعلاقاتٍ إلكترونيّة أكثر عمقاً بين المتصفحين، تبادلت فيها المعلومات والبيانات والأفكار والآراء في شفافيةٍ وحريةٍ، وأصبحت إحدى الوسائل المحورية للتعبير عن الرأي؛ لتصنع حراكاً اجتماعياً واقعياً، وتركيبةً متداخلةً بين أفراد وجماعات مختلفة

ومتجانسة، وذلك هو الذي خلق صراعاً تنافسياً بين المواقع الإلكترونيّة العالميّة مثل "جوجل، ومايكرو سوفت" سعياً لامتلاك تلك الشبكات التفاعليّة.

هذا الإعلام الاجتماعيّ الجديد الذي يشهد حركةً ديناميكيّةً من التطور والانتشار، كان في بداياته مجتمعاً الكترونياً على نطاقٍ ضيقٍ ومحدودٍ، ثمّ ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداةٍ إعلاميّةٍ نصيّةٍ عبر الكتابة إلى أداةٍ سمعيّةٍ وبصريّةٍ، تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم بضغوطٍ من القوة المؤثرة، التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصيّة للفرد (السمعيّ، والبصريّ، والحسيّ) كون المتأثر وأنماطه محوراً مهمّاً في عملية التأثير.

وبما أنّ مواقع التواصل الاجتماعيّ أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقق رغبة كلّ فئةٍ مشتركةٍ في نفس الاهتمامات والأنشطة، فإنّ لها أيضاً دوراً في التجييش والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، واستطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عملٍ جاهزةٍ للتنفيذ؛ لذا لا يمكن أن نعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعيّة موضة شبابية سوف تتغير مع مرور الزمن.

وبالنظر إلى التعريفات العربيّة والغربيّة لمصطلح (التواصل) نجد أنّ التعريف الأمثل للتواصل هو أنّه: "عملية نقلٍ واستقبالٍ للمعلومات بين طرفين أو أكثر عبر عدّة قنوات مباشرة وغير مباشرة، من ضمنها شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونيّ، حيث يتفاعل داخل محيطها المرسل والمستقبل في إطار رسالةٍ معينة عبر قناة تجمع الطرفين، فيظهر أثر التفاعل الدلالي بينهما من تبادل وتبليغ وتأثير، ويظهر أيضاً الأثر السلوكيّ المؤثر على المتلقي إمّا إيجابيّاً أو سلبيّاً، ذلك أنّ تلك العملية سارت وفق انفعالات وتعابير وميول شخصيّة أو إيديولوجيّة".

من ذلك كلّه يتأكد ما رآه علماء الحياة والاجتماع والنفس في أنّ التواصل الاجتماعيّ غير مهدد بالزوال؛ لأنّ التواصل ظاهرةٌ اجتماعيّةٌ تقوم على علاقاتٍ تفاعليّة، وتحديداً بين أعضاء الثقافة الواحدة، كما يشعر المشارك فيها أنّه فاعلٌ ومتفاعلٌ اجتماعياً، وليس كما يعتقد في نفسه أنه هامشي لا دور له؛ لذلك نجحت مواقع التواصل الاجتماعيّ الإلكترونيّ في التأثير على ملايين المتفاعلين مع الأحداث ليحصد المؤثرون أهدافهم وما أرادوه من تغيير.

كما ساهم ازدياد استعمال وسائل الاتصال الجديدة في تغيير جوهر العملية السياسية بصفةٍ عامةٍ، والتعبئة بصفةٍ خاصة، وصار فاعلو الحقل السياسيّ أكثر ميلاً إلى استخدامها في إطار المهام التي يضطلعون بها، وداخل الأجندة المتحكمة في تحركاتهم: الاتحادات، الأحزاب السياسيّة، الحكومات. هذا الاتجاه العميق مسّ أيضاً مؤسسات المجتمع المدنيّ، التي عرفت

ظهور ما يُعرف بالنضال الإلكترونيّ الذي يشير إلى استعمال تكنولوجيا الاتصال، مثل الرسائل الإلكترونيّة والمواقع وال "بودكاستينغ" podcasting من أجل مختلف أشكال النضال، وذلك بضمان تواصلٍ سريعٍ بين مجموعات المواطنين، وتوزيع الرسائل إلى جمهورٍ واسعٍ وجمع الأموال على شبكة الإنترنت، والضغط وبناء مجموعات أهلية ومنظمات.

أشار دوغلاس شيلر في كتابه new Community Networks إلى أنّ حوالي 500.000 من الأفراد يستعملون بانتظام مئات من شبكات الجماعات على الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكيّة والعالم. إنّهم يتوحدون في مختلف المؤسسات المحلية (مثل المدارس، الجامعات، الوكالات المحلية الحكوميّة، المكتبات والمنظمات التي لا تبتغي الربح) في شكل موارد لمجتمعٍ واحدٍ توظف من أجل الاضطلاع بوظائف متعددة، من تمكين الأفراد من التواصل بينهم عبر الرسائل الإلكترونيّة، إلى تشجيع انخراطهم في القرارات المحلية وتنمية الفرص الاقتصاديّة المفتوحة أمامهم. إنّ ذلك يحصل من خلال الآليات التالية:

1. الربط بين أعضاء جماعة معّينة، وتشجيع النقاش، وحل المشاكل المشتركة.
2. تنظيم المعلومات ووسائل الاتصال ذات الأهمية الخاصة لحاجات الجماعات، ولمواجهة مشاكلها بناء على جدولٍ زمنيّ.
3. مشاركة قاعدة عريضة من المواطنين بمن فيهم نشطاء المجتمع، والقادة، والجهات الراعية لأنشطتهم، ومقدمو الخدمات، وذلك بشكلٍ مستمر.
4. العمل على إدماج جميع أعضاء الجماعة، وعلى الخصوص ذوي الدخول المنخفضة، والذين يعانون إعاقاتٍ أو محدوديةٍ في الحركة.
5. توفير الخدمات الأساسية بتكاليف عادلة ومعقولة، أو على أساسي مجاني.
6. دعم الثقافة المحلية.

إنّ ما سبق لا يعني أنّ الجماعات على شبكة الإنترنت هي جماعاتٌ غير موجودة في الواقع، بل موجودة وبحاجة إلى أن يلتقي أفرادها وجهاً لوجه من أجل تمتين الروابط بينهم، وإن تكن شبكة الإنترنت هي أحد الفضاءات المهمّة لذلك.

لقد تميزت الفترة الأخيرة بتطورٍ لافتٍ للنظر للنضال الدولي، الذي يتجاوز حدود الدولة الواحدة من قبيل المظاهرات الحاشدة، والحملات الدعائية المتواصلة ضد الشركات العالميّة ووكالات التنمية، وابتكار نظم المساءلة العامة لسلوك الشركات والمؤسسات الحكوميّة، وهي الأنشطة

التي اقترنت بوسائل الاتصال الحديثة، وساهمت شبكة الإنترنت بدرجةٍ كبيرةٍ في تحفيزها عبر خفض التكلفة وضمان السرعة. إنّ الإنترنت والفيديو الرقمي والهواتف الخلوية وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة تخوّل الأفراد إمكانية تجاوز إكراهات الوقت والجغرافيا، وتنظيم أنشطة سياسيّة يصعب تصورها من دون تلك الوسائل.

وعندما تكون الجماعات أو شبكات النشطاء غير مراقبة بواسطة مراكز منظمة، تصير شبكة الإنترنت عبارة عن فضاءٍ عام مفتوح، يتمّ فيه تبادل الأفكار وبرامج الاحتجاج بسهولةٍ نسبية وبسرعةٍ وفي مجال عالمي، من دون أن يرتكز عمل النشطاء على قنوات الاتصال التقليديّة، من إعلام وتلغراف.

في هذا الإطار يذهب أحد الباحثين إلى القول إنّه عندما يتعلق الأمر بشبكات غير مركزية وموزعة يكون من الصعب على أية نخبةٍ مراقبة الأنشطة على شبكة الإنترنت، فهي تسمح لعملية الاتصال بأن تتم من الفرد إلى الفرد، ومنه إلى المجموعات، وحتى من المجموعات إلى المجموعات. فطبيعة التكنولوجيا والمظاهر الاقتصادية تمكن من القيام بعملية النشر بتكلفةٍ منخفضةٍ نسبياً ومن دون وساطة دار للنشر. 18

الخلاصة

يرجع ظهور مفهوم الشبكات الاجتماعيّة إلى عالم الاجتماع جون بارنز **John A. Barnes** في عام1954، حيث كانت تستخدم في ربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور الإنترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعيّ، وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تُسمّى وسائل الإعلام الاجتماعيّة عبر الإنترنت، المبنية على التطبيقات Applications التي تركز على بناء شبكاتٍ اجتماعيةّ أو علاقاتٍ اجتماعيّة بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة، أو النشاطات المشتركة، وتعتمد مواقع الإعلام الاجتماعيّة أو شبكات التواصل الاجتماعيّ الرقميّة أساساً على التمثيل، بحيث يكون لكلّ مستخدمٍ ملفٌ شخصيّ Profile، وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصيّة.

التمارين

1- اختر الإجابة الصحيحة:

مواقع الشبكات الاجتماعيّة تسمح للأفراد بـ:

A. بناء شخصيّة عامة أو شبه عامة من خلال نظامٍ محدد.

B. توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركون الاتصال

C. طرح عدّة رؤى جديدة في لب المحاور الأساسيّة لدراسات الاتصال والإعلام

الإجابة الصحيحة: C

2- اختر الإجابة الصحيحة:

من مميّزات شبكات التواصل الاجتماعيّ:

A. تطبيقات محدودة وأساسية مثل البريد الإلكترونيّ.

B. التشاركية والتفاعل.

C. الهوية الرقميّة أو المواطنة الرقميّة

الإجابة الصحيحة: A

3- اختر الإجابة الصحيحة:

سمات نظرية الشأن العام:

A. القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.

B. تشغيل برامج وتصفح ملفات مخزنة على الحاسب.

C. طرح خطاب مبرر بأدلة إقناعيّة محددة

الإجابة الصحيحة: B

4- اختر الإجابة الصحيحة:

ارتكزت البحوث العلميّة حول وسائل الاتصال الحديثة على نماذج تفسيريّة:

A. يتمثل في الحتمية التكنولوجية.

B. يتمثل في الحتمية الاجتماعية.

C. يتمثل في الحتمية السياسية.

الإجابة الصحيحة: C

5- اختر الإجابة الصحيحة:

من الوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطيّة:

A. السماح للمستخدمين بالدخول إلى الأجهزة عن طريق الإنترنت.

B. حق المواطن في الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها.

C. تنظيم وسائل الإعلام لا يجب أن تكون خاضعةً للسيطرة المركزية الديمقراطيّة.

الإجابة الصحيحة: A

المراجع

1. بخيت، السيد. (2011). إعلام المستخدم المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعه في البيئة الإعلامية الإلكترونية العربية. مجلة اتحاد الإذاعات العربية، (3)، ص 39-46.

2. بخيت، السيد. (2012، 15-16 إبريل). نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي. قدم إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض.

3. بنهلال، محمد. (2012 شباط). الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية. مجلة المستقبل العربي، (396)، ص7-40.

4. حمودة، أحمد يونس محمد. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة.

5. الدبيسي، عبدالكريم علي، الطاهات، زهير ياسين. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلّد 40، (1)، ص 66-81.

6. الراوي، بشرى جميل. (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مدخل نظري. مجلة الباحث الإعلامي، (18)، 2012. ص94-112.

7. ساري، حلمي خضر. (2008). تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري. مجلة جامعة دمشق ، مجلد 24، (1)، 251-351.

8. نومار، مريم نريمان. (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر- باتنة،الجزائر.

9. محمد، أحمد عادل عبد الفتاح. (2013، مايو). المدونات الالكترونية والتعددية الإعلامية.

10. مشري، مرسي. (2012). شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية، نظرة في الوظائف. مجلة المستقبل العربي، (395)، ص149-169.

الوحدة التعليمية السابعة

أنواع الشبكات الاجتماعيّة

1. شبكات التواصل الاجتماعيّ: (Social networks).
2. الويكي Wikis
3. البودكاست Podcasts
4. المنتديات Forums
5. مجتمعات المحتوى Content communities.
6. التدوين المصغر Micro bloggi
7. قياس التأثير (Klout).
8. المدونات Blogs

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يعدّد تصنيفات البرمجيات الاجتماعية
- يعرّف شبكات التواصل الاجتماعي
- يشرح شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام
- يعدّد الاتجاهات التي تؤثر على شبكات التواصل الاجتماعي
- يعدّد أهم شبكات التواصل الاجتماعي

أولاً: مقدمة عن أنواع الشبكات الاجتماعية



يمكن تصنيف البرمجيات الاجتماعيّة الرقمية حسب آلان لوفيير "Alian Lefebvre" في كتابه الشبكات الاجتماعيّة إلى **صنفين**، الضمنية والصريحة:

- الشبكات الاجتماعيّة الرقمية الضمنية: تضم المواقع المجتمعيّة المهتمة بالمضمون (مثل قاعدة لتبادل الفيديوهات).
- الشبكات الاجتماعيّة الصريحة: تضم المواقع التي أُنشئت من أجل المستخدمين ولتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنيّة.

يمكن للشبكات الاجتماعيّة الرقمية أن تتكيف مع كلّ المواضيع الممكنة للبحث عن عملٍ أو لتطوير الأعمال، أو للتعارف بين الأشخاص وتبادل المعلومات حول موضوعٍ ذي اهتمامٍ مشترك.

ثانياً: تصنيف البرمجيات الاجتماعية

يمكن تصنيف البرمجيات الاجتماعية وفقاً لعدة معايير هي:

التصنيف وفقاً للأهداف:

- **الشبكات الاجتماعيّة للتنشئة الاجتماعية:**

التي أُنشئت من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعي بين الأعضاء، وغالباً ما تستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة عبر الشبكة مثل فيسبوك، ماي سبايس.

- **الشبكات الاجتماعيّة للتواصل:**

التي تستخدم من أجل إيجاد علاقةٍ جديدةٍ، حيث تضم هذه الشبكات عدداً كبيراً من أسماء المستخدمين غير المعروفة مثل موقع linkedin.

- **الشبكات الاجتماعيّة للإبحار:**

هي وسيلةٌ لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوعٍ معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات والموارد المرتبطة بها مثل موقع dig، وهو موقع روابط إنترنت.

التصنيف وفقاً للوسائل المستخدمة:

- أدوات النشرمثل منصات سكاي بلوغ (skyblog) Wikipedia ويكبيديا.
- أدوات التشارك الفيديوهات مثل اليوتيوب، والصور مثل flickr، والموسيقى مثل deezer.
- أدوات الدردشة مثل المنتديات (phpbb)، نظم المراسلة الآني (widows live messenger)، الشبكات الاجتماعيّة العامة (فيسبوك، ماي سبيس)، كذلك منصات إنشاء الشبكات الاجتماعيّة (ning)، ووسائل الإشهار الصغيرة (تويتر)، والمواقع المشتقة منها مثل(twtxr) الفضاءات الافتراضيّة، إلى غير ذلك من المواقع التي تربط شعوب العالم تحت موضوعٍ مشتركٍ.

ثالثاً: تعريف شبكات التواصل الاجتماعي (Social networks)

- شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعيّ، وتتميز بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرةً من مكان حدوثها، وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياةٍ حرةٍ، من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات

بالأخبار والمعلومات، والمساهمة بشكلٍ فعالٍ في صناعة وإدارة المضامين الإعلاميّة، وجعلتهم أكثر تفاعل ومشاركة في مختلف القضايا.

- شبكات التواصل الاجتماعي هي البديل الماثل لأنشطة الماضي التقليديّة، وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط، وهي التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجةٍ لافتةٍ للنظر.



وقد نشط جزءٌ كبيرٌ من شبكات التبادل في نقل الأفلام القصيرة التي ينتجها أناسٌ عاديون من حول العالم، أو هواة إخراج سينمائي، بالحد الأدنى من الموارد وهو ما يؤكد حدوث تحولٍ جذري في أدوات التخاطب والتعبير، خلال السنوات الماضية بات شائعاً إرسال الصور عبر الإنترنت، ثمّ إرسال الأفلام القصيرة عن طريق البريد الإلكترونيّ. وهذه الشبكات الاجتماعيّة يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتاً طويلاً جداً في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل الثابت مع مجتمعاتٍ كبيرةٍ يستطيع الشباب تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى، ومن الممكن أن تكون المواقع الشهيرة مثل ماي سبيس (Myspace) أداة للتطوير الاجتماعي، وضرورية للشباب للإسهام بجديةٍ في المجالات السياسيّة، والاجتماعيّة، والثقافيّة، والاقتصاديّة لمجتمع اليوم.

رابعاً: شبكات التواصل الاجتماعيّ وتشكيل الرأي العامّ



أصبحت وسائل الاتصال والإعلام الرقمية من ضرورات الحياة، وهي بمثابة حلقة الوصل بين كلّ مؤسسات ومكونات البناء الاجتماعي، وعلى عاتقها تقوم عمليات شرح وتقديم ما لدى كلّ مؤسسةٍ اجتماعيةٍ للأخرى، إذ تؤدي وسائل الإعلام دوراً بالغ الأهميّة والخطورة في تشكيل

الرأي العامّوفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهاتٍ معينة، مهمّا كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافياً أو غير متجانسة ديموجرافياً. وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة قدرة وسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير، وتوجيهها نحو آراء وأفكارٍ معيّنة.

وساهم الانتشار الحرّ للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في خلق إمكانيةٍ كبيرةٍ للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسيّة، وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة، وتتخذ هذه الشبكات موقفاً فريداً في هذه العملية، إذ تمارس تأثيراتٍ قويةٍ على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثّل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار.

يقول بعض الخبراء: تؤثر وسائل الإعلام في السياسة من وجهتين يرتبط بعضهما ببعضٍ أشد الارتباط:

- ترتكز الوجهة الأولى على تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام الذي يؤثر بدوره في صانعي القرار.
- ترتكز الوجهة الثانية على تأثير وسائل الإعلام المباشر على صانعي القرار، بتوفير المعلومات والأفكار والصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم.

يختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعاً للبيئات الاتصالية التي تتمّ من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فلكلّ وسيلةٍ إعلاميةٍ عددٌ من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى، وتكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بقوة التأثير؛ لأنّها جمعت كل مزايا وسائل الاتصال التقليديّة (المقروءة والمسموعة والمرئية) في الرسالة التي تقدمها.

خامساً: تأثير شبكات التواصل الاجتماعيّ

هناك اتجاهين مختلفين في دارسة تأثير وسائل الاتصال:

الاتجاه الأول: يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي Changes Aggregate Level، والتغييرات التي تحدث في محتوى وسائل الاتصال؛ وبالتالي فإنّ وسائل الاتصال حين تقدم اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضيةٍ معينةٍ، فقد يكون ممكناً قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات في الرأي العام.

الاتجاه الثاني: على المستوى الفردي، فيوضح اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فردٍ لآخر، حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين، وهما:

- التعرض لرسائل الاتصال التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقي).
- وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول).

وهاتان العمليتان بدورهما تتأثران بمستوى الوعي السياسي لدى الأفراد.

ومن وجهة نظر جون زيللر، وهو أحد الباحثين في العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام، فإنّ للميول السياسية والوعي السياسي وخطاب الصفوة دوراً في تشكيل الرأي العامّ، إضافة إلى طبيعة البيئة المعلوماتيّة التي تقدم من خلالها الرسائل الإعلاميّة، واعتبرها زيللر عاملاً مهمّاً في طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي؛ لهذا تُستخدم شبكات التواصل الاجتماعيّ من قبل التجمعات السياسيّة والتنظيمات كوسيلةٍ للتحفيز السياسيّ، وخلق الأنصار والمؤيدين، والتفوق على المنافسين، أو المناقشة وطرح الأفكار، حتى إنّ بعض رؤساء العالم لديهم مدوناتٌ شخصيّة يتواصلون مع الناس من خلالها، كالرئيس الأمريكيّ باراك أوباما، والرئيس الروسيّ السابق دميتري مدفيديف على سبيل المثال.

ويشير مصطلح المعلومات الذي استخدمه زيللر إلى المعلومات السياسية المتدفقة في وسائل الاتصال وتشمل: التقارير الإخباريّة، والتعليقات، وأحاديث الصفوة عن التوجهات الإيدلوجيّة والحزبية للرسالة الإقناعّية. وهناك عدّة متغيرات يتمّ من خلالها فهم تأثير نوع الوسيلة الإعلاميّة التي تقدم من خلالها الرسالة على أسلوب معالجة المعلومات وتشكيل الاتجاهات،

ومن هذه المتغيرات ما يتعلق بالرسالة مثل: قابلية الرسالة للفهم "Comprehensibility"، وحيوية الرسالة "Vividness"، وقوة البراهين، بالإضافة إلى متغيرات متعلقة بخصائص القائم بالاتصال، وتحافظ على انتباه الأفراد لكونها معلوماتٍ ملموسة ومثيرة للخيال وقريبة زمنيّاً ومكانيّاً وحسيّاً، وبناء على ذلك فإنّ المعلومات المقدمة من خلال الإذاعة والتلفزيون تُعد أكثر حيويةً من تلك المقدمة من خلال الصحافة المطبوعة، والمعلومات المقدمة من خلال شبكات التواصل الاجتماعيّ الرقمية أصبحت أكثر حيويةً من المعلومات المقدمة من الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون، ومن المفترض أن تكون المعلومات الأكثر حيويةً هي الأكثر تأثيراً في تشكيل اتجاهات الرأي العامّ،؛ذلك لأنّ تأثير شبكات التواصل الاجتماعيّ الرقمية؛ ومن ثمّ التلفزيون يُعد أكبر من تأثير الإذاعة والصحيفة المطبوعة، فضلاً عن تفوق هذه الشبكات على وسائل الإعلام الأخرى لكونها أدوات اتصال تفاعلي متزامن وغير متزامن تضمن وصول رسائلها إلى الجمهور بسرعةٍ فائقةٍ.

سادساً: أهمّ شبكات التواصل الاجتماعيّ

موقع فيس بوك Facebook:



هو شبكةٌ اجتماعيّةٌ استأثرت بقبولٍ وتجاوبٍ كبيرٍ من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم, وهي لا تتعدى حدود مدونةٍ شخصيّةٍ في بداية نشأتها في شباط عام (2004), في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكيّة, من قبل طالب متعثر في الدراسة يُدعى (مارك زوكربيرج), وكانت مدونته (الفيس بوك) محصورةً في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج), الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، لم يخطر بباله هو وصديقان له أنّ هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضيّ بفترةٍ زمنيةٍ قصيرةٍ جداً, فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكيّة المختلفة, وظلت مقتصرة على أعدادٍ من الزوار ولو أنّها كانت في زيادةٍ مستمرةٍ، والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "لقد أضحى كلٌّ منا يتكلم عن الفيس بوك العامّ الذي تفكر الجامعة في إنشائه, أظنّ أنّه من السخف أن يستغرق الأمر

من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك. وجدتُ أنّ بإمكاني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوعٍ واحدٍ.

إلا أنّ الفيس بوك لم يحقق تميزاً على المواقع الاجتماعيّة الأخرى التي سبقتها، مثل موقع (ماي سبيس) وغيره, حتى عام (2007) حيث حقق القائمون على الموقع إمكانياتٍ جديدةٍ لهذه الشبكة، ومنها إتاحة فرصة للمطورين، ممّا زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك, بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكيّة إلى كافة دول العالم, وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز (2010) النصف مليار شخص, يزورونها باستمرارٍ ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو, ويعلقون على ما يُنشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة, يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في المحادثات والدردشات.

وتحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت), وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص, وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم, وهو في السادسة والعشرين من عمره, وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من (خمسة عشر) مليار دولار, وهناك تقديرٌ يشير إلى أنّ قيمته ارتفعت ارتباطاً بأحداث العالم الأخيرة، وخصوصاً ثورات (الربيع العربيّ) الآن إلى (خمسة وستين) مليار دولار أمريكيّ.

موقع ماي سبيس MySpace:

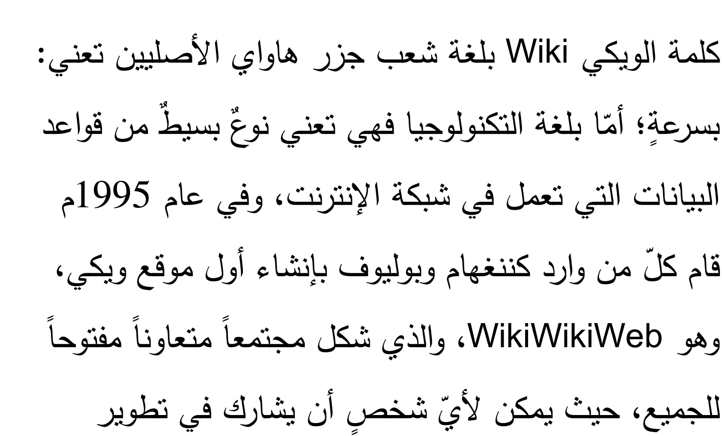
هو أكبر موقع في شبكة الإنترنت للتشبيك الاجتماعيّ للأصدقاء، وهو يقدم لهم أركاناً خاصةً لتقديم لمحاتٍ من حياتهم الشخصيّة، ومدوناتهم، ومجموعاتهم، وصورهم، وموسيقاهم، ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع، ويحتوي ماي سبيس على محرك بحثٍ خاص ونظام بريد الكترونيّ داخلي، ويستطيع الناس من جميع أنحاء العالم



صنع ملفات إلكترونيّة عن حياتهم، والالتحاق بمجتمعٍ خاصٍّ، وتحديد مواعيد للالتقاء، والتشابك المهنيّ، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمدّ الموقع مستخدميه بمساحةٍ للخصوصيّة والاندماج الثقافيّ، ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصيّة والثقافيّة من خلال شبكة ماي سبيس الاجتماعيّة.

الويكي Wikis:





كلمة الويكي Wiki بلغة شعب جزر هاواي الأصليين تعني: بسرعةٍ؛ أمّا بلغة التكنولوجيا فهي تعني نوعٌ بسيطٌ من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الإنترنت، وفي عام 1995م قام كلّ من وارد كننغهام وبوليوف بإنشاء أول موقع ويكي، وهو WikiWikiWeb، والذي شكل مجتمعاً متعاوناً مفتوحاً للجميع، حيث يمكن لأيّ شخصٍ أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع، منذ ذلك الوقت وحتى اليوم ظهرت برامج ويكي كثيرة، واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج، والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حدٍّ ممكنٍ.

وهذه المواقع هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات جماعيّة مشتركة، أشهر هذه المواقع موقع Wikipedia، وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم، والذي يُمكن المتصفحين من تعديل وتحرير وإنشاء مقالاتٍ جديدة، وإضافتها لمحتويات الموقع الذي يشكل موسوعةً كبيرةً من المعلومات حول العالم، وحسب إحصائية لشركة إنتل Intel أنّ هناك ست مقالاتٍ جديدةٍ تنشر على ويكيبديا خلال دقيقة.

إنّ ما يهمنا منها هو تطبيق الويكي نيوز أو الويكي الإخباري Wiki news، وهو يشير إلى أنّه المصدر الحرّ للأخبار التي يمكنك أن تكتبها أنت، وهو يقدم الأخبار من جميع أنحاء العالم لحظة نشرها في الإنترنت لتغطي طيفاً واسعاًمن الاهتمامات، ويسمح ويكي نيوز بالتغطية المباشرة للأحداث، ويتيح للمستخدم قراءة الخبر والتعديل عليه باستمرارٍ.

البودكاست Podcasts:



خدمةٌ تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقعٍ معيّن بمجرد أن تدرج فيه دون الحاجة إلى زيارته في كلّ مرةٍ، وتحمّل المحتوى يدوياً، فالمستخدم الذي يملك تطبيقاً على جهازه كتطبيق iTunes Apple مثلاً، يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقعٍ يريده، بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثمّ يقوم الـ iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكياً في حال توفرها.

المنتديات Forums:

1. المنتديات عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلاميّ أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص، أو عامّ على شبكة الإنترنت مثل المواقع المتخصصة، وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فورياً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسؤولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج.
2. والمنتديات هي واحدةٌ من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم.
3. والمنتديات هي في الوقت نفسه مجموعةٌ من البرامج المختلفة تعمل على تطبيق هذا النوع من التواجد الحي للتجمعات على الإنترنت.

4. والمنتديات هي نشاطٌ يعود إلى حوالي عام 1995 العام الذي بدأت فيه المنتديات في الظهور، وتمثل مرحلةً انتقاليةً أو تطوريةً من النشرات الإلكترونيّة BBS، ومجموعات الأخبار التي سادت في الثمانينيّات وبداية التسعينيّات؛ لتخلق نوعاً من المجتمعات الافتراضيّة التي تدور غالباً حول موضوعٍ معيّن أو بلدٍ أو مجموعة من الموضوعات.

مجتمعات المحتوى Content communities:

مجتمعاتٌ (مواقعٌ) على الشبكة، تسمح بتنظيم ومشاركة أنواعٍ معيّنةٍ من المحتويات، ومن أشهر المجتمعات التي تهتمّ بالصور موقع (Flicker)، وحسب إحصائيّة لشركة "Intel" هناك عشرين مليون صورةً تعرض في الدقيقة على موقع (Flicker)، وحفظ الروابط " Bookmark Links" كموقع (Del.icio.us)، والفيديو كموقع (You tube):



موقع يوتيوب:

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونيّة على شبكة الإنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفاتٍ تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفةٍ مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عددٍ من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوارٍ جماعيّ حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلاً عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمةً نسبيةً مكونةً من خمس درجات؛ لتعبر عن مدى أهميّة ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.

وطبقاً لتصنيف أليكسا العالمي فإنّ موقع يوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالميّة مشاهدةً، بعد كل من ياهو(Yahoo)، وجوجل.(Google)

انطلق موقع مشاركة الفيديو الأول على الصعيد العالميّ (يوتيوب) في خمسة فبراير سنة 2005، على يد ثلاثةٍ من موظفي "PayPal" السابقين، وهم تشاد هيرليChad Hurley"" ، وهو شابٌ جامعيّ من مواليد 1977، كان يعمل في شركة "PayPal"، وهو الذي قام بتصميم شعارها، والثاني هو ستيف تشين "Steve Chen"، الشاب الجامعيّ أيضاً المولود في تايوان عام 1978، وجواد كريم "jawed Karim" المولود في ألمانيا عام 1979، وصاحب جمعيةٍ شبابيّةٍ أقامها لدعم الطلاب الجامعيين للانطلاق في مشاريعهم المميزة، وصاحب أول فيديو تمّ رفعه على اليوتيوب، وصور لنفسه وهو في حديقة الحيوانات.

وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب في مدينة سان برونو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكيّة، عندما كان الأصدقاء في حفلةٍ لأحد الأصدقاء، والتقطوا مقاطع فيديو، وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل، لأنّه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت.

لكن الموقع لم ينطلق فعليّاً إلا بعد أن تلقى تمويلاً من سيكوي كابي تال "SequoiaCapitol" في نوفمبر 2005، فكانت انطلاقته الفعليّة في ديسمبر 2005، حيث أصبح تشاد هيرلي "Chad Hurley" المسؤول التنفيذيّ الأول للشركة، بينما أصبح ستيف تشين رئيس قسم التكنولوجيا في شركة يوتيوب، حيث تمّ تسجيل الدومين في 15 فبراير 2005، وخلال صيف 2006م كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يومياً، ويضاف إليه 65 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة.

يتيح يوتيوب محتوياته للجميع، كما بإمكان أيٍّ كان إضافة مقاطع فيديو للموقع بعد التسجيل على الموقع، كما يمكّن مستخدميه المسجلين من تقييم الفيديوهات التي يشاهدونها والتعليق عليها أو إضافتها للمفضلة ضمن صفحتهم الشخصيّة أو إرسالها للأصدقاء، كما بالإمكان إرسال الفيديوهات إلى المدونات الشخصيّة أو المنتديات، كما يتيح عرضها على أشهر الشبكات الاجتماعيّة كالفيس بوك، ماي سبيس، تويتر، ديغ، وغيرها.

وفي شهر يناير 2008 فقط شاهد 79 مليون مستخدم أكثر من 3 مليارات فيلم، وفي أغسطس 2006ذكرت صحيفة الوول ستريت جورنال Wall Street Journal الأمريكيّة بأنّ الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم بسعة 600 تيرابايت. في 2007 استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000 م، ويتمّ رفع 13 ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقةٍ.

وفي مارس 2008 قُدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكيّ يومياً.

ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها.

في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو، وهو يعتبر من مواقع ويب 2.0، وعن أرباح الموقع فإنّ مؤسسيه يقولون: إنّ أرباحه من الإعلانات قبل شراء جوجل له كانت 15مليون دولار شهرياً؛ أمّا الآن فإنّ الإعلانات فيه قليلةٌ، وأرباحه غير معلنة، ولكن كثيرٌ من شركات الإنتاج متعاقدة مع يوتيوب لبث أجزاء من الأغاني والمواد الفنيّة الأخرى دون أن تأخذ هذه المواد شكل الإعلان، كما أنّ كثيراً من الشركات المتعددة الجنسيات تبث إعلاناتها عليها كمقاطع فيلمية مرفقة، بما يطرح تساؤلاً عن طبيعة الإعلانات عبر الموقع.

وبشكلٍ عامٍّ فإنّ عدد مستخدمي الموقع يخوله بأن يدر عائداً إعلانيّاً ضخماً، فالمعادلة في هذا السياق هي كلما زاد عدد مستخدمي الوسيلة الإعلاميّة، كلما زاد إقبال المعلنين عليها.

وقد اختارت مجلة تايم Time الأمريكيّة في نهاية عام 2006م موقع يوتيوب ليفوز بلقب (شخصية العام) على خلاف المعتاد، واحتل غلاف هذا العدد الذي صدر في نهاية شهر ديسمبر صورة جهاز كمبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة على شاشة الكمبيوتر، تجعل الناظر إليها يرى انعكاس صورته عليها، وأرفقت المجلة تلك الصورة بعنوانٍ فرعي يقول (نعم أنت أنت تتحكم في عصر المعلومات، فمرحباً بك في عالمك)؛ لتعبر عن نمو أعداد مستخدمي الشبكة العالميّة، وتأثيرهم المتعاظم في تشكيل الرأي العام في عصر المعلومات.

- **موقع Flicker:**

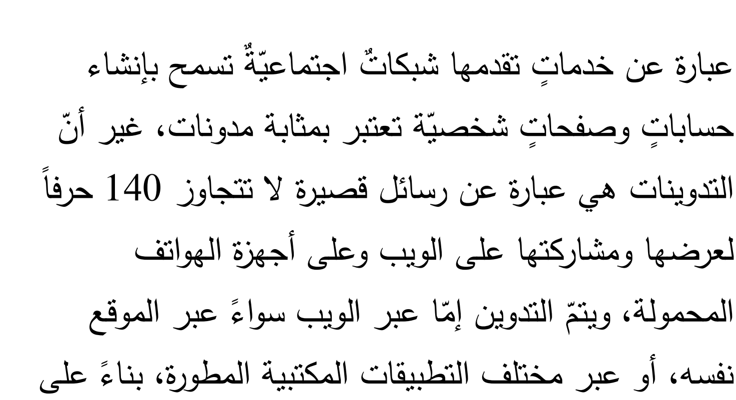
يعتبر موقع Flicker نموذجاً لواحدة من أهمّ تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم الموقع في مناسباتٍ مختلفة في أن يكون بديلاً حيّاً لوكالات الأنباء، مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الأنفاق في لندن، وفي أحداث تسونامي.

موقع Flicker هو:

- موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها.
- وهو أيضاً جمعية لهواة التصوير على الإنترنت.
- بالإضافة إلى كونه موقعاً مشهوراً للتشارك في الصور الشخصيّة، يتمّ استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه.

أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته، كإضافة التعليقات Comments من قبل الزائرين، وكلمات المفاتيح Tags.

التدوين المصغر Micro blogging:



عبارة عن خدماتٍ تقدمها شبكاتٌ اجتماعيّةٌ تسمح بإنشاء حساباتٍ وصفحاتٍ شخصيّة تعتبر بمثابة مدونات، غير أنّ التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة، ويتمّ التدوين إمّا عبر الويب سواءً عبر الموقع نفسه، أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المطورة، بناءً على



منصة تطوير الموقع أو عبر الرسائل القصيرة (SMS)، ويعتبر Twitter أشهر موقع للتدوين المصغر، بالإضافة إلى Pownce و Jaiku.

موقع التدوين المصغر "تويتر" Twitter:

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الذي انتشر في السنوات الأخيرة, كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة "تويتر" أوائل عام (2006)، وأخذ "تويتر" اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد), واتخذ من العصفورة رمزاً له, وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة, ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع "تويتر" أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات), من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصيّة, أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة, وتتيح شبكة "تويتر" خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكترونيّ, كذلك أهمّ الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصيّة (SMS).

إمكانيات التويتر:

ويوفر "تويتر" لمستخدميه إمكانياتٍ عديدة منها:

- معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقتٍ.
- كما أنّه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفوريّة.
- بالإضافة إلى أنّه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامّة جداً والسريعة والمحيطة به، كالاستغاثة، أو الإخبار عن حادثٍ مهمٍّ جداً.
- وفي الوقت ذاته يتيح "تويتر" للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامّة فور وقوعها.
- ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهمّه أمرهم، ومتابعة أخبارهم وشؤونهم.

ويقدم موقع "تويتر" تعريفاً مقتضباً له بأنّه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضاً ببعض, عبر تبادل أجوبةٍ سريعةٍ ومعتادة لسؤالٍ واحدٍ بسيطٍ هو، ماذا تفعل الآن؟".

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة "تويتر" أوائل عام (2006), عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكيّة على إجراء بحثٍ تطويري لخدمة التدوين المصغرة, ثمّ أتاحت الشركة المعنيّة ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام؛ ومن ثمّ أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة, بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأمّ, واستحدثت لها اسماً خاصاً يُطلق عليه "تويتر" وذلك في أبريل عام (2007).

ومن الأمور اللافتة للنظر أنّ اللغة الإنكليزية التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة "تويتر" قد تطورت؛ حيث إنّه في عام (2008) ظهر الموقع باللغة اليابانيّة, وتزايدت بشكلٍ ملفتٍ أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين, بحيث تفوق الـ "تويتر" اليابانيّ على الـ "تويتر" الإنكليزيّ, واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم, وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها, وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الإنكليزيّة؛ ومن ثمّ تعددت لغات الـ "تويتر" حتى وصلت في نهاية عام (2010) إلى سبع لغات هي: (الإنكليزيّة, الفرنسيّة, الألمانيّة, الإيطاليّة, اليابانيّة, الأسبانيّة, والكوريّة).

حتى نهاية عام (2010) وصل عدد المغردون الذين يستخدمون "تويتر" إلى أكثر من (200) مليون مغرد؛ وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة, حيث لا يتطلب الأمر سوى فتح حساب على الموقع الرئيسيّ في "تويتر", ويصبح للمستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصيّ, وتبدأ التحديثات بالظهور على صفحته الخاصة بترتيبٍ زمنيّ تتمحور حول سؤالٍ محددٍ (ماذا تفعل الآن), ضمن (140) حرفاً, وكلما حدث المستخدم صفحته، كلما تلقى تحديثاتٍ جديدة من الأصدقاء.

بالرغم من أنّ الإنترنت والإعلام الحديث والتطورات التكنولوجيّة تطرح دائماً العديد من المواقع المنافسة إلى "تويتر", إلا أنّ مستخدمي هذه المدونة ارتبطوا بها ارتباطاً وثيقاً, بحيث لا يمكنهم الاستغناء عن التغريد في "تويتر".

وفي "تويتر" يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاصٍ أو عناوين ومواضيع مختلفة, باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم, يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما

بينهم, ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبين أم بعيدين, هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء, بهدف التعارف والصداقة من خلال تبادل الرسائل النصيّة القصيرة, غير أنّ المدونين يرون في "تويتر" أداة تدوين مصغرة تساعدهم في رفد مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية.

ويعتبر المطورون أنّ "تويتر" يمتلك إمكانياتٍ لا حدود لها, ويستفيدون من هذه المدونة في البرمجة والتطبيقات, خصوصاً وإنّ "تويتر" يقدم خدماته التدوينيّة المصغرة مجاناً لكافة المستخدمين شأنه شأن شبكات التواصل الاجتماعيّ الأخرى.

ومن الأمور اللافتة للنظر أنّ "تويتر" دأب دائماً على إضافة إمكانياتٍ جديدةٍ لمستخدميه، ومنها مثلاً هناك الكثير من يتابعونك على صفحاتك الشخصيّة (Followers), ولكن ليس بالضرورة أن تقوم بمتابعتهم، والعكس صحيح, فهناك من تتابعهم (Following) ولا يعني ذلك أنّهم سوف يتابعونك.

قياس التأثير (Klout):

موقع يقيس مدى تأثير الناشطين على مواقع شبكات التواصل الاجتماعيّ، والأشخاص الأكثر تأثراً بها، إضافةً إلى المواضيع المنشورة ودرجة انتشارها اعتماداً على الأشخاص المرتبطين Engage، ويعطيهم ترقيم ما بين 10-100 حسب درجة نشاطهم.

المدونات Blogs:



عبارة عن مذكراتٍ ترتب بحيث توضع "التدوينات" الأحدث في أعلى الصفحة الرئيسيّة للمدونة تليها التدوينات الأقدم، تتيح المدونات التعليق على ما يُكتب فيها، كما يمكن لصاحب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولةٍ كبيرةٍ مقارنة بمواقع ومن أشهر منصات التدوين Blogger- Word press، وتُعرف المدونة بأنّها تطبيقٌ من تطبيقات الإنترنت يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، وفي أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، يُنشر منها عددٌ محددٌ يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون

لكلّ مدخلة منها مسارٌ دائمٌ لا يتغير، ومنذ لحظة نشرها يمكّن القارئ من الرجوع إلى تدوينةٍ معينةٍ في وقتٍ لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى لمدونةٍ، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها، **ومن أشهر المواقع الإلكترونيّة التي تقدم خدمة إنشاء المدونات وإدارتها:** بلوغر Blogger المقدم من جوجل Google، وويندوز لايف سبيس Windows Live Spaces من مايكروسوفت Microsoft، والياهو Yahoo، وموقع وورد بريس World Press، (وسيتم الحديث عن المدونات بشكلٍ مفصلٍ في الفصل اللاحق).ع الويب التقليديّ.

الخلاصة

يمكن تصنيف الشبكات الاجتماعية وفقاً للأهداف التي تطمح إلى تحقيقها، فنجد الشبكات الاجتماعيّة للتنشئة الاجتماعيّة التي أُنشئت من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعيّ بين الأعضاء، وغالباً ما تستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة عبر الشبكة، مثل فيسبوك، ماي سبايس، أمّا الصنف الثاني فهو الشبكات الاجتماعيّة للتواصل التي تُستخدم من أجل إيجاد علاقةٍ جديدةٍ، حيث تضم هذه الشبكات عدداً كبيراً من أسماء المستخدمين غير المعروفة مثل موقع linkedin، كما يوجد صنفٌ ثالثٌ وهو الشبكات الاجتماعيّة للإبحار، وهي وسيلةٌ لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوعٍ معيّنٍ من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات والموارد المرتبطة بها، مثل موقع dig، وهو موقع روابط إنترنت.

التمارين

1- اختر الإجابة الصحيحة:

موقع الفيسبوك نشأ عام

A. 1999.

B. 2004.

C. 2005.

الإجابة الصحيحة: B. 2004

2- اختر الإجابة الصحيحة:

موقع اليوتيوب نشأ عام

A. 2010

B. 2000

C. 2005

الإجابة الصحيحة: C. 2005

3- اختر الإجابة الصحيحة:

ثالث المواقع الإلكترونيّة العالميّة مشاهدة

A. ياهو.

B. غوغل.

C. يوتيوب.

الإجابة الصحيحة: C. يوتيوب.

4- اختر الإجابة الصحيحة:

موقع (الويكي) ظهر في عام

A. 2012

B. 2000

C. 1995

الإجابة الصحيحة: C. 1995.

5- اختر الإجابة الصحيحة:

يوفر (توتير) إمكانيات لمستخدميه إمكانيات منها:

A. معرفة ما يقوم به الأصدقاء دائماً في أي وقتٍ.

B. المنافسة مع مواقع التواصل الاجتماعيّ الأخرى.

C. السهولة في إدارة جهات الاتصال ومرونة التحكم

الإجابة الصحيحة: A. معرفة ما يقوم به الأصدقاء دائماً في أي وقت.

المراجع

1- الألوكة. (2012)، ملخص بحث: الإعلام الجديد ما له وما عليه. استرجعت في تاريخ 25 كانون الثاني، 2015 من
http://www.alukah.net/Publications_Competitions/0/54838/#ixzz2fc3Sguuj.

2- أمين،رضا عبد الواجد. (2009، 7- 9 ابريل). استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت. قدم إلى المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.

3- حمودة، أحمد يونس محمد. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة.

4- الدبيسي، عبدالكريم علي، الطاهات، زهير ياسين. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلّد 40، (1)، ص 66-81.

5- صادق، عباس مصطفى. (2008). الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط.١). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

6- المنصور، محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك.

7- مشري، مرسي. (2012). شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية، نظرة في الوظائف. مجلة المستقبل العربي، (395)، ص149-169.

الوحدة التعليمية الثامنة

المدونات الإلكترونيّة (E–Blogs)

أولاً– مفهوم المدونات الإلكترونيّة

ثانياً– نشأة وتطور المدونات الإلكترونيّة

ثالثاً– أنواع المدونات الإلكترونيّة E–Blogs

رابعاً– سمات وخصائص المدوّنات الإلكترونيّة

خامساً– سمات جمهور المدونات

سادساً– المدونات في الوطن العربيّ

سابعاً– الدور الإعلاميّ للمدونات

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يعرّف مفهوم المدونات الإلكترونيّة
- يشرح نشأة وتطور المدونات الإلكترونيّة
- يعدّد أنواع المدونات الإلكترونيّة
- يعدّد سمات وخصائص المدونات الإلكترونيّة
- يعدّد سمات جمهور المدونات
- يشرح المدونات في الوطن العربي
- يشرح الدور الإعلاميّ للمدونات

أولاً: مقدمة عن المدونات الإلكترونية



يشير مفهوم إعلام المجتمع Society media الذي بدأ ينتشر على نطاقٍ واسعٍ إلى ذلك المحتوى الإعلاميّ، الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكيّة، وساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار أدوات إنتاجه، مثل كاميرات الفيديو، والكاميرات الرقمية، وأجهزة الهواتف النقالة في حالة أعقد أنواع الإنتاج الإعلاميّ، وهو الإعلام المسموع المرئي، وهو ذلك النوع الذي ينتمي إليه ما يُمكن أن نطلق عليه (صحافة الفيديو) بعد انتشار المواقع الإلكترونيّة التي تسمح بإرفاق وبث هذه المقاطع على الإنترنت، وأشهر هذه المواقع هي (يوتيوب).

ويثير إعلام المجتمع الكثير من التساؤلات حول العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، فالأمر المؤكد أنّ العلاقة بين وسائل الإعلام التقليديّة والجمهور تمرّ بمرحلة تغير، متجهة نحو ما يدعوه محترفو الإعلام وسائل إعلام النحن "we media"، حيث تتيح هذه العملية الصحفية

الآخذة في البروز إلى الوجود للشبكة الاجتماعيّة المستخدمة للإنترنت إنتاج الأخبار والمعلومات وتحليلها وتوزيعها على جماهير مترابطة تكنولوجياً، ولا تحدها حدود جغرافيّة.

ويرى دايل بسكين وآندرو ناتشسن المدير المشارك ومدير مركز وسائل الإعلام في فرجينيا بالولايات المتحدة أنّ الابتكارات في تكنولوجيا المعلومات قد دفعت بالمجتمع الإنسانيّ إلى حقبةٍ من وسائل الإعلام الديمقراطيّة، يمكن فيها لكلّ فردٍ تقريباً أن يحصل فوراً على الأنباء والمعلومات، وأن يصبح من مؤسسي المشروع الصحفي والمساهمين فيه؛ ونتيجة لذلك أمست الأخبار تنتقل اليوم بطرقٍ غير معتادة، وتفرز نتائج لا يمكن التنبؤ بها.

وتتسم (وسائل إعلام النحن) بسمةٍ مميزةٍ، فهي عمليةٌ ناشئةٌ منطلقةٌ من القاعدة إلى القمة، يملى فيها قدرٌ ضئيلٌ جداً من الإشراف التحريريّ أو بالأحرى غيابه تماماً، وهو ما يعني عملياً انتهاء ما كان يُعرف بحارس البوابة الإعلاميّة Gate keeper الذي كان يقوم بانتقاء الأخبار، وتقييم أهميتها في الوسيلة الإعلاميّة.

ومن (الإعلام الشعبيّ) أو (إعلام المجتمع) المدونات التي تلعب دوراً هامّاً في تدفق الأخبار والآراء والمعلومات على شبكة الإنترنت.

واتسم فلك التدوين بظهور العشائر العلميّة الفاعلة اليوم في المنظومة التعليميّة، فإنّ لذلك أسباباً موضوعيّةً تقتضي النظر العميق لها بما أنّ العلاقة مع المعرفة قد تغيَّرت، وأبرز هذه الأسباب تتمثّل في سعي العلماء والباحثين والمفكرين والدّارسين إلى تحقيق ما نُسميّه "بالحضور الرّقميّ" الذي يؤكّد الوجود الفعلي لأرباب العلم ومنتجي المعرفة، فالوجود هوّ وجودٌ رقمي، ومن لا حضور له اليوم على الشبكة لا وجود له رمزيّاً، وينقسم البشر في معجم النظام الرّقمي الجديد إلى قسمين: قسم الفئات التناظريّة (les etres analogiques)، وقسم الفئات الرّقميّة (Lesetres numeriques)؛ فأمّا الفئات التناظريّة فهي التي لا تملك حضوراً ما على الشبكة، وتستمر في تكريس أنماط التواصل التقليديّ؛ وأمّا الفئات الرّقميّة فهي التي يعبَّر عنها في غير هذا السياق بالفئات المندمجة التي تحقّق حضورها الفعلي من حضورها الافتراضيّ في وجودها على الشبكة، ويفيد هذا التقسيم انخراط العالم في منظومةٍ جديدةٍ للتفكير والإنتاج والتواصل، تجعل من الوجود الرّقمي الخاصيّة الأولى للوجود بشكلٍ عامٍّ.

إلى جانب المدوّنات العلميّة توجد مدوّنات التسويق السّياسيّ والاقتصاديّ، وهي مساحاتٌ لا تقلّ أهميّةً عن سابقتها، بل نجدها أكثر تغلغلاً وتأثيراً في توجيه الرّأي وصناعة القرار. وقد كشفت الانتخابات الرّئاسيّة الأمريكيّة (نوفمبر) 2008 فعاليّة الشبكات الاجتماعيّة على الإنترنت والمدوّنات في المدّ من شعبيّة باراك أوباما، وبيّنت أنّ شبكات البث الكبرى في العالم التي لا تزال تحظى باهتمام الجماهير، مثل تايم وارنر، Time Warner، وسي آن آن CNN ، أو أي بي سي ABC لم تمنع فعل التدوين من اتخاذ منحى تعبويّاً جماهيريّاً على مستوى استقطاب اهتمام مختلف الفئات الاجتماعيّة، بل إنّ باراك أوباما اتخذ من الشبكات الاجتماعيّة، مثل فايس بوك، (Facebook) و ماي سبايس "myspace"، ومن المدوّنات اتخذ منها "السّلاح الخفي" لإنجاح حملته الانتخابيّة والفوز بالرّئاسة، إيماناً منه بأنّ التأثير في الجماهير إنّما يتحقّق عبر شبكة الإنترنت، خصوصاً في مجتمع مثل المجتمع الأمريكيّ حيث ارتفاع نسب المستخدمين للإنترنت، وقد تمّ في 2007إحصاء22 ، 7 مليون مستخدم لـ فايسبوك " Facebook"، وهذا رقم يعرب عن تزايد أهميّة الإنترنت في حياة الناس بشكلٍ عامٍّ، وتفيد بعض الدراسات أنّه يتمّ إنشاء 120.000 ألف مدوّنة في العالم يوميّاً. وأمام هذه الأهميّة البالغة للمدوّنات شرعت بعض قوى الضغط والجمعيات والأحزاب والمؤسّسات بمختلف فئاتها في العديد من المجتمعات في تجربة المدوّنات؛ لتحقيق مستويات من التفاعل مع المحيط، مستويات مشحونة بروح تواصليّة اجتماعيّة أكثر أنسنة، على غرار ما يحدث في مستوى المدوّنات الشخصيّة، وكذلك لضمان حسن سير العمل داخليّاً وخارجيّاً، وصيانة صورة المؤسّسة بالقدر الذي يضمن تطوّرها. ونجد أنّ مؤسّسات كبرى مثل إي بي آم (IBM)، وغوغل(Google)، وبوينغ (Boeing)، وجنرال موتورز (General Motors)، قد بدأت تجربة التدوين لما في ذلك من فعاليّة في التواصل، وجدوى في تحقيق الحضور المتميّز يبدو جليّاً في ضوء ما تقدّم، إنّ فعل التدوين قد تخلّص من الفكر السّائد الذي يعتبر المدوّنات ركيزة المهمّشين في المجتمع والمضطهدين سياسيّاً، ليتجلى كأداةٍ لها القدرة على التعبئة والتأثير، على أنّ هذا الفكر السّائد من وجهة نظر سوسيولوجيّة هوّ الأصل في منح التدوين الأهمية التي يحظى بها اليوم، ونصل عند هذا الحدّ إلى موطن النتوء في النشاط التدوينيّ والمتمثّل في المدوّنات الشخصيّة.

تتمثّل منطلقات التدوين الشّخصيّ في أنّ غاية المدوّن أن ينخرط في مجتمعٍ افتراضيّ، وأن يعبر عن أفكارٍ أو أحاسيسٍ أو مواقفٍ وآراءٍ ما كان له أن يعبر عنها بالنفاذ الذي تحقّقه اليوم، لولا الهندسة الجديدة لـ : الويب "Web" الواردة تحت اسم (Web 2.0)، وهي الهندسة التي حوّلت الويب من مداره السّيميائيّ الغارق في المضامين إلى مداره الاجتماعيّ العلائقيّ، المزدهر بالتفاعلات والانفعالات مع ما يتمّ استثماره من مضامين وخدمات لا حصر لها، وهي كذلك الهندسة التي منحت الفرد قوّة التحكّم في المضمون الذي يبثّه والمضمون الذي يستقبله، وهيّأت له التربة الصّالحة للتواصل والاندماج عبر زراعة الأفكار والأحاسيس، والمهمّ في هذه الزراعة وكما أسلفنا تبيانه، تحرّرها من الرّقابة، وخلوّها من القواعد والقيود؛ لأنّ المدوّن في مباشرته للتدوين لا يبحث كيف يدوّن وبأيّ أسلوبٍ، إنّما يصرف نظره عن كلّ إجراء لغويّاً كان، أو منهجيّاً، أو فنيّاً، وبذلك ترد المدوّنات في أنسجة متكاثرة إلى حدّ اعتبار أنّ كلّ ما يخطر ببال الفرد هوّ مادة "صالحة للتدوين"، وبالتالي للتواصل والتبادل، فالتدوين على النطاق الشخصيّ بالخصوص لا يستقرّ على جنسٍ معين من الأفكار والأطروحات، فنجد المدوّنات المهتمّة بألوان الأدب، والمدوّنات الغارقة في شؤون السّياسة والدين والاقتصاد ممّن يجيدون التحليل والتحرير وممّن لا يجيدون، والمدوّنات الإخباريّة الواصفة الناقدة لأحوال الناس والمجتمع ممّن يدركون ماهية الإخبار وممّن لا يدركون، والمدوّنات النّاقلة للتجارب الشخصيّة والأصناف كثيرةٌ، وهي كما ذكرنا محصّلة التجارب الماديّة، والحسّية، والثقافيّة للفرد.

هكذا غدا مشهد التدوين فضاء للتعبير والتفاعل المتزايد وسط جغرافيا اجتماعيّة متعدّدة المواقع والثقافات، ومجالاً نشطاً لتحقيق الأرباح وبسط النفوذ، يلتقي في حدوده العالم والمفكر والباحث والخبير والسّياسيّ وطالب العلم، وعامّة الناس بمختلف مراتبهم التعليميّة والتكوينيّة، وأبرز المستخلصات في هذا المضمار أنّ التدوين كسائر الأنشطة الرّقميّة الأخرى الجارية على شبكة الإنترنت، هو أيضاً فضاء المفارقات المثيرة، يمتزج فيه الكذب بالصّحة، والافتراء بالصّدق، والتحريف بالصّواب، والغشّ بالنصيحة، وكأنّ بما يحدث من مفارقات نسق مفروض على الشبكة.

ثانياً: مفهوم المدونات الإلكترونيّة

1. المدونات الإلكترونية هي أسرع برامج المشاركة وبرامج الشبكات الاجتماعية التي ظهرت مقترنةً مع الويب شهرة وانتشاراً، وذلك لما تتميز به من التفاعلية، والوصول المباشر من قبل المستفيدين إليها، وتشكيل التجمعات الإلكترونيّة بين محرريها والمستفيدين منها، هذا فضلاً عن توفيرها لسجل أرشيفي للمواد المتاحة بها، ممّا يسهل الوصول للمعلومة المطلوبة.
2. المدونات في أبسط أشكالها هي عبارة عن مواقع عنكبوتيّة Websites، تظهر عليها تدوينات posts مؤرخةً ومرتبةً ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، تصاحبها آلية لأرشفة المداخل القديمة، ويكون لكل مدخلٍ منها عنوان إلكترونيّ URL دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، بحيث يُمكن للمستفيد الرجوع إلى تدوينةٍ معيّنةٍ في وقتٍ لاحق عندما لا تكون متاحةً على الصفحة الأولى للمدونة، ممّا يساعد على الوصول المباشر من قِبل المستفيدين إليها، وتشتمل على النصوص، والصور، ولقطات الفيديو القصيرة، والمواد السمعية والروابط الفائقة إلى مصادر إلكترونية أخرى ذات صلة على الشبكة، وتسمح المدونات بالتفاعل بين محرريها وقارئيها، حيث يمكن لأي من متصفحي الإنترنت قراءتها والتعقيب أو التعليق عليها.
3. المدونة بالمعنى الاصطلاحي هي عبارة عن صفحة إنترنت ديناميكيّة تتغير زمنياً تبعاً حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حسب تاريخ نشرها، والموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدوناتهم تتراوح ما بين اليوميات والخواطر والتعبير المسترسل عن الأفكار والإنتاج الأدبي.
4. المدونات من حيث المفهوم هي صفحة ويب ديناميكيّة سهلة الإنشاء والتحديث، يحررها مدونٌ واحدٌ أو أكثر، وتحتوي على موضوعٍ محددٍ غالباً، وترتب التدوينات ترتيباً زمنياً معكوساً، كما تسمح بالتفاعل بين محرريها وقارئيها حتى يمكن لأي متصفح للإنترنت التعليق عليها بكل سهولةٍ. ويتكون مصطلح المدونات weblog المأخوذ من اللغة الإنجليزية من كلمتين هما: ويب (web) وتشير إلى الشبكة الدوليّة للمعلومات، ولوغ (log) وتعني تسجيلاً أو دفتراً، لتصبح الكلمة سجلاً لتدوين الملاحظات على الويب.

والمدونة هي صفحة إنترنت تظهر عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً أو تنازلياً، تصاحبها آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ويكون لكل تدوينةٍ عنوانٌ دائمٌ ممّا يُمكن القارئ من الرجوع إليها في وقتٍ لاحق.

فمن مدخل تجاري بحت تُعرّف شركة مايكروسوفت المدونات بأنّها "صحف ويب شخصيّة، يتمّ تحديثها باستمرارٍ، ويمكن أن تساعد كلا من الشركات الصغيرة والكبيرة على نشر رسائلها التسويقيّة، كما أنّها تزيد من قدرة الناس على التشارك في الأفكار والمعلومات على المستوى العالميّ. ويُعرف وينظر البعض إلى المدونة على أنّها "موقع إنترنت شخصيّ يتضمن شكلاً من أشكال اليوميات العامة، غالباً ما ينشئها ويديرها شخصٌ واحدٌ، رغم أنّ هناك أيضاً مدوناتٍ مشتركة بين أكثر من شخصٍ ومدونات لجماعات ومؤسسات وشركات، وتتضمن قائمة بالأفكار والآراء والروابط.

يعرّف موقع Accenture المدونات بأنّها: مواقع ويب تفاعليّة تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات، وتمكن المستخدمين من قراءة وتقييم هذه المضامين وإضافة مضامين جديدة، مع إثارة نقاش حولها يتخطى حدود الزمان والمكان.

تعرّف شركة "تكنوراتي، Technorati" المتخصصة في محركات البحث بأنّها:"صحيفة شخصية على الويب، تسمح لملايين الناس بالنشر السهل لأفكارهم والتعليق على ذلك، وهي سهلةٌ مرنةٌ وديناميكيّةٌ أقرب إلى المحادثة من الأرشيف".

كلية هارفارد للقانون تُعرّف المدونة بأنّها:"سلسلةٌ هرميّةٌ مرتبةٌ من النصوص والصور والعناصر الإعلاميّة والبيانات المرتبة زمنياً، ويمكن قراءتها على الويب، والترتيب متتابع، ولكلّ منها عنوانٌ منفردٌ ورابطٌ ووصفٌ مختصرٌ لها".

5- المدونة هي موقع إنترنت شخصيّ يتضمن شكلاً من أشكال اليوميات العامّة، يديرها في الغالب شخصٌ واحدٌ أو أكثر، وهناك مدوناتٌ لجماعاتٍ، ومؤسساتٍ، وشركاتٍ تتضمن قائمة بالأفكار والروابط.

بوجهٍ عام فقد استقر غالبية المدونين العرب على تعريب المصطلح (Blog) من الإنجليزية على مفرد (مدونة)، التي تعبر عن التدوين أو التسجيل على صفحات الإنترنت التي ينشئها أصحابها لتسجيل يومياتهم وملاحظاتهم وآرائهم وخواطرهم على شكل يومياتٍ أو مذكراتٍ.

6- المدونات هي عبارة عن مواقع على الشبكة العنكبوتيّة تظهر عليها (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آليةٌ لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلٍ منها عنوانٌ دائمٌ لا يتغير منذ ميلاده ونشره، حتى يتسنّى للقارئ الرجوع إلى تدوينةٍ معيّنةٍ نشرت في وقتٍ سابقٍ عندما لا تكون متاحةً في الصفحة الأولى.

وهذه الآلية تساعد على عزل المستخدم عن التعقيدات التقنيّة المرتبطة عادةً بهذا النوع من النشر، بحيث تتيح لكلّ فردٍ يريد أن ينشر كتاباته بسهولةٍ بالغة. وفكرة المدونات في الأساس معالجة القصور الموجود في المنتديات من ناحية عدم الخصوصيّة، حيث يستطيع المدون الحصول على اسم نطاق خاصّ به على شبكة الإنترنت، يستطيع من خلاله إضافة مقالاته والتعديل فيها بحريةٍ، ويمكنه التحكم في التعليقات التي تصدر من الآخرين على مقالاته، وقد يرغب المدون في حذف مدونةٍ سابقةٍ أو أن يبدأ مدونةً جديدةً، ويتيح موفرو الخدمة آليات أشبه بوجهات بريدٍ إلكترونيّ على (الويب)، يمكن لأي شخصٍ أن يحتفظ بمدونة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد ملء نماذج وضغط أزرار، كما يتيحون أيضاً خصائص مكملة تقوم على تقنيات، ((rss atom mxl) لنشر التحديثات وخدمات أخرى للربط بين المدونات، والأهمّ من ذلك كله هو التفاعل بين المدونين والقراء من خلال التعليق على المدخلات. لقد ظهر هذا المصطلح لأول مرةٍ في أواخر عام 1997م، واختصر ليصبح "blog"، وقد بدأت هذه المدونات على شكل يومياتٍ يقوم الأشخاص بالكتابة فيها عن حياتهم واهتماماتهم الشخصيّة، ويقصد بها الغربيون دفتر اليوميات الإلكترونيّ.

7- التدوين من وجهة نظر علم اجتماع الإنترنت هو وسيلة النشر للعامة، التي أدت إلى زيادة دور الويب باعتباره وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقتٍ مضى، بالإضافة إلى كونه وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة، ويمكن اعتبار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكترونيّ أهم خدمتين ظهرتا على إنترنت على وجه الإطلاق.

وفي العالم شهدت وتشهد ظاهرة المدونات الشخصيّة انتشاراً ملحوظاً في السنوات القليلة الماضية، حتى أصبحت تعد بالآلاف وهي في هذه المنطقة بالذات، حيث تتقلص فيها حرية الإعلام والتعبير عن الرأي على درجةٍ عاليةٍ من الأهمية، كونها تشكل بديلاً لوسائل الإعلام الخاضعة للرقابة، ومتنفساً لممارسة النقد أمام أولئك الذين يرغبون في التعبير عن مشاكلهم الشخصية ومشاعرهم المكبوتة، كما أنّها أصبحت طريقةً سهلةً ومضمونةً للتحايل على الرقيب، سواء كان الرقيب السياسيّ أو الأمنيّ أو الاجتماعيّ، ووسيلةً أفضل للتعارف وتكوين الصداقات وتجاوز الحدود أياً كانت.

8- المدونات هي نوعاً جديداً ومختلفاً من أنشطة النشر الإلكتروني التي بدأت في تغيير المعادلات الإعلاميّة القائمة في العالم، خاصةً فيما يتعلق بإنتاج وتوزيع المعلومات، ولعلّ هذا ما دفع بعض الباحثين إلى القول بأنّ المدونات تمثل بداية ثورةً جديدةً وواسعةً في صناعة النشر، كما يؤكد البعض الآخر أنّ قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولةٍ وبالمجان في مدوناتهم، دون الحاجة إلى الحصول على تصريح بالنشر من محررٍ أو ناشرٍ، ربما تنقل الصحافة إلى آفاقٍ جديدةٍ، وتجعل بيئة العمل في وسائل الإعلام التقليديّة أكثر ديمقراطيّةً.

وينظر بعض الباحثين إلى المدونات الإلكترونيّة باعتبارها نوعاً من الإصلاح المعرفيّ والمعلوماتيّ الذي يشهده العالم بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال. وأضحت المدونات اليوم تمثل أهمّ وسائل العمل الإعلاميّ الخالي من القيود، والوسيلة الأقرب للتعبير عن الرأي أو القضية دون رقيبٍ أو متابعات، كما أنّها أصبحت تمثل جزءا أساسيّ في الحصول على المعلومات والأخبار الجادة أو الخفيفة، بالإضافة إلى أنّ التدوين أصبح وسيلةً شعبيةً بين عددٍ كبيرٍ من الأفراد المتحمسين لهذه الوسيلة الجديدة في المنازل أو المكاتب.

ثالثاً: نشأة وتطور المدونات الإلكترونيّة

أشكال التدوين الأولى ظهرت في فرنسا مع مطلع 1989 في حدود شبكة اتصاليّة داخلية عرفت باسم: المينيتال Minitel، وهي تقنيةٌ اتصاليةٌ موصولةٌ بالمعلوماتيّة، تتيح لمستخدميها المحلّيين خدماتٍ بريديّة واقتصاديّة وثقافيّة محلّيّة، محدودة إذا ما تمّ قياسها بالخدمات التي توفّرها الإنترنت اليوم، ولكن التدوين على نطاقٍ أوسع، وعلى نحو يتمّ فيه تحميل النصوص والصّور وصور الفيديو، ظهر في الولايات المتحدة الأمريكيّة أواخر التسعينيّات من القرن الماضي، وتطوّر مجاله باتساع دائرة استخدام شبكة الإنترنت ونمو الشركات الناشرة للمدوّنات الإلكترونيّة، مثل بلوغر"Blogger"، وسكاييلوغ "Sky Blogger"، وأوفربلوغ "Overblo" ،وسيكس أبارت "Sixapart" والتي أتاحت توفير قوالب جاهزة لاحتضان المدوّنات، قوالب ذات تصاميم متنوّعة، مرنة الاستخدام مرفوقة بحزمةٍ من الأدوات، تساعد المستخدم على التحكّم كيفما يشاء في شكل مدونته ومضمونها، وتمكّن في المقابل المتصفّحون للمدوّنة من التفاعل الفوري مع المضامين.

لقد لقيت الخدمات التي توفّرها هذه الشركات وغيرها من الشركات الأخرى في المجال ذاته إقبالاً كبيراً للمدوّنين، ممّا أدى إلى طرح تصاميم جديدة مصحوبة بخصائص متطوّرة، ومميّزات فعّالة ضاعفت من أهميّة التدوين، مثل إمكانيّة الأرشفة، وإمكانيّة التصنيف، وتعديل الموضوعات، وإدراج التعليقات، وإدراج الرّوابط الإلكترونيّة المباشرة، وإحصاء الزّوار، وإمكانيّة حجب النصوص أو إتاحة قراءتها للجميع.

إنّ مجانيّة الخدمات في هذا النطاق، وسهولة استخدام البرامج المعدّة لإحداث المدوّنات، تنبّهنا إلى ظاهرة تنامي ارتفاع عدد المدوّنين ارتفاعاً ملحوظاً في حدود زمنيّة وجيزة، وتشير بعض دراسات السّوق إلى وجود ما يقارب 27 مليون مدوّنة شخصيّة في العالم إلى حدّ عام 2006 ، وهذا عددٌ كبيرٌ لاعتباره لا يجمع كلّ أصناف المدوّنين، إذ نجد المدوّنات المؤسسيّة التي تعنى بتطوير مستوى العلاقات مع المحيط المباشر والمحيط القريب، وصيانة صورة المؤسّسة على المستويين الداخلي والخارجي، وكذلك المدوّنات التعليميّة ذات الطابع البيداغوجيّ، والمدوّنات الجمعياتيّة الهادفة إلى التعريف الفوري والمباشر بأنشطة الجمعيات وتحقيق تفاعل منتج مع

المحيط، وهكذا يظلّ التدوين نشاطاً فكريّاً اتصاليّاً يخترق كلّ المجتمعات بجميع أطيافها، ولو أنّ النسبة الأهمّ في التدوين الشخصيّ نجدها عند فئات الشباب، وقد بلغ عدد المدوّنين الشبان في فرنسا سنة 2007 سبعة ملايين مدوّن.

ولكّن التدوين فضلاً عن كلّ ذلك حقيقةٌ اجتماعيّةٌ اتسع حجمها وتزايدت أهميّتها لكونها متحرّرة من الضبط والمراقبة إلى حدٍّ كبيرٍ، وهذا معطى هامّ يسهم في الكشف عن واقع الفوضى داخل هذا النظام، وإذا سعينا إلى تعريف هذه الحقيقة، حقيقة التدوين بغاية رصد مستويات الفوضى، نجد أنّ التعريف لا يستوعبه قولٌ واحدٌ يكشف عن شأنها؛ لأنّ فعلها مركّب للغاية. إنّ تعريفها أمرٌ مزعجٌ كما هو الحال في تعريف الثقافة أو في تعريف الاتصال، وحتى نتجاوز هذه الصّعوبة في تقديم تعريفٍ دقيقٍ للتدوين نقول: إنّه جزءٌ من العمليّات الفكريّة المعقّدة المتراصة لدى الإنسان، وجزءٌ من ردود فعله وانفعالاته إزاء الأحداث السّارية في المحيط الاجتماعيّ والطبيعيّ، وهو كذلك جزءٌ ممّا يجري في حلقات التواصل بين الأفراد والجماعات، وجزءٌ ممّا يتمّ تبادله من أفكارٍ وآراءٍ عبر وسائل الاتصال التقليديّ، وجزءٌ من الضوضاء الثقافيّة التي تصيب الحقائق في المجتمع، هو جزءٌ من الحقيقة وجزءٌ من الكذب، هو أيضاً جزءٌ من الخطاب الذي يدور حول عمل وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمع، فالتدوين في نهاية المطاف هوّ كلّ هذه الأجزاء مجتمعة بعضها مع بعض، تغذيها أحياناً رغبةٌ شديدةٌ في الحديث عن الذات وأخرى في الحديث عن الآخرين، رغبةٌ متحرّرةٌ من كلّ أشكال الرّقابة، وقد يكون التدوين بالنسبة إلى الكثير من الأفراد شكلاً من أشكال تحقيق الذات، ونشاطاً فكريّاً يحقّق انتصار الفرد على النماذج الخطيّة للاتصال.

ماذا يعني التقاء كلّ هذه العناصر بعضها ببعض على الشبكة؟ لا شكّ أنّ في ذلك ثراءً كبيراً للمعلومات وتراكماً متزايداً للمعرفة، وقد ارتبطت في عصرنا العمليات الاقتصاديّة والعلميّة والسّياسيّة، وإدارة النشاط والعمل، ارتبطت ارتباطاً لا فكاك منه بالمعلومة بوصفها الطاقة الجديدة المحرّكة للتنمية،.ولقد بدأت تزدهر على الشبكة المدوّنات المتخصّصة، مثل المدوّنات الطبيّة، والهندسيّة، والرّياضيّة، والاقتصاديّة، والبيئيّة، والإعلاميّة، والدينيّة، واللسانيّة، والقضائيّة، والقائمة تطول لتشمل شتى فروع المعرفة، وهي مدوّناتٌ محصورةٌ كلّياً في

تخصّصات أصحابها، ومواكبة لنسق تطوّر البحث العلميّ، وشكّلت بذلك نظاماً عشائرياً مندمجاً، بات يمثّل إطاراً مرجعيّاً للدارسين والباحثين، وكذلك للطلاب في المدارس الجامعات.

ومنذ عام ١٩٩٦ بدأت المدونات على شكل يومياتٍ، حيث يقوم الأشخاص بالكتابة عن حياتهم واهتماماتهم الشخصيّة، وفي عام ١٩٩٩ وما بعده انتشرت المدونات واشتهرت بصورةٍ واسعةٍ، وتطورت آليات التدوين وإنشاء المدونات بظهور خدمات التدوين التي تستضيف المدونات مثل "Dreamhost"، وظهور برامجيات إنشاء المدونات مثل، (ELive Journal, Word Press)، وبهذه التطورات أصبح باستطاعة المدونين استخدام آليات البحث التي تربطهم مع آخرين لهم نفس الاهتمامات. وبعد بدايةٍ بطيئةٍ انتشر التدوين على الإنترنت بسرعةٍ كبيرةٍ ، فمثلاً إنّ الموقع (Xanga) الذي أُنشئ عام ١٩٩٦م وصل عدد التدوينات فيه إلى مائة تدوينة في عام ١٩٩٧م، إلا أنّها وصلت إلى عشرين مليون تدوينة في عام ٢٠٠٥م، وفي سنة ٢٠٠١م أصبحت المدونات ظاهرةً، وازدادت أهمية مجتمع التدوين بسرعةٍ، وبدأت مدارس الصحافة المعروفة في الولايات المتحدة الأمريكيّة بإجراء البحوث والدراسات في التدوين وفنونه وتقنياته، وملاحظة الفرق بين الصحافة والمدونات. في عام ٢٠٠٢م أصبحت المدونات وسيلةً معتمدةً لنشر الأخبار، ومصدراً للأخبار يستخدمها الساسة ومرشحو الانتخابات للتعبير عن الآراء حول قضايا عديدة ذات مساس بحياة الناس، كما استخدمت المدونات وسيلةً للدعاية التجاريّة.

وفي ٢٠٠٣م ذاع صيت المدونات، إذ انتشرت المواقع الشخصيّة التي يتحدث فيها أصحابها عن تجاربهم الشخصية وآرائهم في مختلف الموضوعات، وأحياناً في موضوعٍ متخصصٍ واحدٍ، وأخذت المدونات منحىً جديداً عندما بدأت بتزويد الجمهور بتعليقاتٍ سريعةٍ على الأحداث المتلفزة، مكونةً بذلك ما يُسمى بـ "التدوين الحيّ" الذي يشبه نمط النقل التلفزيونيّ الحي للأحداث والأخبار. في سنة ٢٠٠٤م دخلت كلمة (blog) في قاموس Webster، وأصبحت من مفردات اللغة الإنكليزية، وأصبحت المدونات ظاهرةً عامّةً بانضمام العديد من مستخدمي الإنترنت إلى صفوف المدونين وقرائه، وأصبح عام ٢٠٠٥ عام المدونات، عندما خصصت صحيفة الكارديان البريطانية الصفحة الثانية منها لنشر يومياتٍ عن المدونات، وفي عام ٢٠٠٦ أنشأت هيئة الإذاعة البريطانيّة الـ (**BBC**) مدونات لمحرريها.

وبالنسبة للوضع الراهن للمدونات على الصعيد العالمي فقد بلغ عدد المدونات في كل أنحاء العالم 70 مليون مدونة، وفقاً للحصر الذي أجراه محرك البحث تكنوراتي Technorati, والذي تمّ في أبريل عام 2007 بزيادة قدرها 22,8% عما كان عليه الحال في نوفمبر عام 2006. وتوضح البيانات تزايداً مستمراً ومتواصلاً في مجال التدوين بصورةٍ واضحةٍ، فقد تزايد عدد المدونات الجديدة يومياً من 12 ألف مدونة يومياً في أبريل عام 2007 بزيادة بلغت عشر أضعاف تقريباً، ممّا يعني أنّ العالم يشهد يومياً إطلاق 84 مدونة في الدقيقة الواحدة، أي بما يعادل إنشاء 1.2 مدونة كلّ ثانية.

ومن وجهة نظر معدي المدونات فإنّ المدونات تنشأ لأجل النشر المهنيّ، أو الشخصي، أو لمجرد توفير المعلومات؛ أمّا من وجهة نظر المستفيدين، فإنّه تتمّ الإفادة من المدونات على حداثة معلوماتها باستمرارٍ، وكذلك لخلوها من الرسائل المزعجة spam التي يمكن أن تتسلل إلى أساليب الاتصال الأخرى.

وضمن ما يزيد عن 37 مليون مدونة تضمها شبكة الإنترنت، لا يكاد نصيب المدونات العربية يزيد في أفضل تقدير عن 40 ألف مدونة، أُنشئ أغلبها في عام 2006، إلا أنّ تأثير وشهرة هذه المدونات قد فاقت التوقعات، وباتت تمثل صداعاً في رأس العديد من الحكومات العربيّة التي تخشى بشدةٍ أن يمتلك المواطنين وسائل تتيح لهم فضح الممارسات الغير قانونيّة واللاديمقراطيّة التي يتسم بها نهج هذه الحكومات، لاسيما بعد النشاط البارز للمدونين المصريين، الذين كانوا كمن أشار لطريقٍ جديدٍ يمكن أن يسلكه المدونون العرب، حتى ولو دفع هؤلاء المدونون المصريون لنشاطهم وكشفهم هذا ثمناً غالياً، مثال ذلك مكوث في سجن العديد منهم لشهور عديدة عقب اتهامات جائرة وتحقيقات غير محايدة، فعلى الرغم من حداثة ظهور المدونات العربية بشكلٍ عامٍّ، إلا أنّها أصبحت أداةً فعالةً أجاد المدونون العرب استخدامها، سواء في التعبير عن همومهم وهموم مجتمعاتهم بما فيها همومهم الشخصيّة أو العامة.

وبعد انتشارها وشهرتها الواسعة أصبحت المدونات توصف بأنّها ثاني ثورة في الإنترنت بعد البريد الإلكترونيّ، ولعلّ من أسباب شهرتها وسرعة انتشارها:

- تميزها بالتفاعليّة، والوصول المباشر إليها من قبل المستفيدين منها.

- وتشكيل المجموعات الإلكترونيّة، وساحات الحوار والمنتديات الثقافية بين محرريها وقرائها، وذلك بصورةٍ أكثر فعاليةً من غيرها من وسائل الاتصال الأخرى كالبريد الإلكترونيّ.
- هذا فضلاً عن توفر سجل أرشيفي للمواد المتاحة فيها يتمّ الوصول إليه بصورةٍ أكثر سهولةً ويسراً من غيره من الأساليب.
- كما أنّها تتيح للقارئ القدرة على التعليق والمداخلة على الأخبار والمواد المنشورة على المدونات سلباً أم إيجاباً دون عوائق للحدّ من حرية التعبير عن الرأي، مع ثقة القارئ بأنّ تعليقه أو مداخلته سوف تُنشر بالكامل دون أي تحريفٍ وحذفٍ، وإن كان بإمكان جميع زوار موقع المدونات الاطلاع على ما يقوله.

لقد أثبتت المدونات وجودها وجدواها كإحدى الخدمات الحديثة على الإنترنت لسهولة إنشائها ونشرها وتحديثها، فضلاً عن إتاحتها لفرص التفاعل مع معديها وقرائها في كلّ مادةٍ من المواد المنشورة بها. ومن وجهة نظر المدونين فإنّ المدونات تنشأ لأجل النشر المهني أو الشخصي أو لمجرد توفير المعلومات؛ أمّا من وجهة نظر المستفيدين منها فإنّها تتمّ الإفادة من المدونات لأجل سد الحاجات الشخصيّة أو المهنيّة، وتتنوع موضوعات المدونات بين المجالات السياسيّة، والعسكريّة، والإعلاميّة، والأدبيّة، والتكنولوجيّة،.الخ.

رابعاً: أنواع المدونات الإلكترونيّة E-Blogs

هناك عدّة أنواع للمدونات الإلكترونيّة، والتي يمكن الاستفادة منها في العملية التعليميّة، ولعلّ من أبرزها:

1- المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على الروابط التشعبيّة Link blogs:

تعتبر المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على الوصلات التشعبيّة web link logs أول أنواع المدونات web link logs الإلكترونيّة التي تمّ تدوينها على شبكة الإنترنت، ومن هنا جاء اسم المدونة الإلكترونيّة weblog، ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع

الإنترنت، التي يرى صاحب المدونة أنّها تستحق الزيارة، إضافة إلى وصفٍ مختصرٍ للموقع المشار إليه بالرابط.

2- المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على المذكرات اليوميّة Online diary blogs:

تتناول هذه المدونات الحياة اليوميّة لمالكها، ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط المواقع الإلكترونيّة الأخرى.

3- المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على المقالات Article blogs:

يمكن أن يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث والتقارير، وهي عادة ما تكشف قدراً أقل عن الحياة اليوميّة لكاتبها من المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على المذكرات.

4- المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على الصور Photo blogs:

يحتوي هذا النوع من المدونات على الصور، مثل" صورة اليوم "وغيرها.

5- المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي Podcast blogs:

يمكن اعتبار مقاطع البث الإذاعيّ Podcasts على أنّها برامجٌ إذاعيةٌ قصيرةٌ مسجلةٌ بواسطة صاحب المدونة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها، علماً بأنّ المصطلح Podcast مأخوذ من أجهزة iPod، وهي عبارة عن مشغلات الملفات الصوتيّة بصيغة mp3 التي بإمكانها تشغيل ملفات podcast.

6- المدونات الإلكترونيّة التي تحتوي على مقاطع بث مرئي Videocast blogs:

مقاطع البث المرئي Videocast هي أحدث اتجاه في أوساط المدونات الإلكترونيّة، وهي مماثلةٌ لمقاطع البث الإذاعيّ Podcast، غير أنّها تعد بواسطة الفيديو.

7- المدونات الإلكترونيّة المنوعة:

تعتبر معظم المدونات الإلكترونيّة مزيجاً من أنواع المدونات المذكورة أعلاه.

8- المدونات الإلكترونيّة الجماعيّة:

يتمّ كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.

خامساً: سمات وخصائص المدوّنات الإلكترونيّة

1. المدونات نوعٌ جديدٌ من أنشطة النشر الإلكترونيّ.
2. المدونات بداية ثورةٍ جديدةٍ في صناعة النشر.
3. قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة وبالمجان.
4. لا تحتاج المدونات إلى تصريحٍ للنشر.
5. تنقل الصحافة والإعلام إلى آفاقٍ جديدةٍ واسعةٍ.
6. تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطيّة في وسائل الإعلام بوجهٍ عامٍّ.
7. المدونات نوعٌ من الإصلاح المعرفيّ والمعلوماتيّ والتكنولوجيّ.
8. ساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يُطلق عليهم "الصحفيون المواطنون Citizen Journalists".
9. تدعم المدونات إمكانية تحول كلّ مواطنٍ إلى صحفي، يجمع الأخبار، وينشرها، ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع.
10. المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني.
11. المدونات نوعٌ من الإعلام البديل المختلف عن الإعلام التقليديّ السائد والقائم على المؤسسات الإعلاميّة.
12. تختلف المدونات في بعض الأحيان عن وسائل الإعلام الأخرى على شبكة الإنترنت، كمواقع الويب، والمنتديات، وجماعات الأخبار، والبريد الالكتروني؛ لأنّها تهتم بالتاريخ والتوثيق.
13. المدونات أكبر من المنتديات وساحات الحوار؛ لأنّها تحول الأفراد من مجرد متلقي للخبر والمعلومة إلى منتجٍ وصانعٍ للأخبار والمعلومات.

14. لذلك أصبح المدونون صناع الإعلام الجديد، وهو رقمٌ مهمٌّ في الإعلام الدوليّ وعالم الإنترنت.

سادساً: سمات جمهور المدونات



1. جمهورٌ غير محدد وغير معروف القائم بالاتصال، أو صاحب المدونة.
2. جمهورٌ قادرٌ على المشاركة والتفاعل بالرأي والتحليل والمعلومات مع صاحب المدونة في مساحةٍ مفتوحةٍ.
3. هذه العلاقة بين الجمهور وأصحاب المدونات تساعد على تشكيل مجتمعاتٍ افتراضيةٍ متوافقةٍ في الفكر والرأي.
4. يرى " Kaye " أنّ جمهور المدونات يشبه إلى حدٍّ كبيرٍ المستخدمين الأوائل لشبكة الإنترنت في السمات الأساسية، وهي: "معظم الجمهور من الذكور ومن العرق الأبيض، ومن ذوي الدخل المرتفع، ومن المستوى التعليميّ العالي".
5. ولذلك يرى "Kaye" أنّ ذلك ضعفٌ في النظام الاتصالي عبر المدونات، ولا يجعلها وسيلة إعلامٍ جماهيريّة.
6. ومن سمات هذا الجمهور أنّ له قنواتٍ أخرى غير المدونات وغير خاضعة لوسائل الإعلام التقليديّة.
7. يرى "ناردي" أنّ جمهور المدونات وفقاً لمعرفتهم بالمدون نوعان وهما:

- جمهور المدون الخاص: ويشمل معارف وأصدقاء وعائلة المدون.
- جمهور المدون العامّ: وهو الذي يستطيع الوصول إلى المدونة من خارج العائلة والأصدقاء.

سابعاً: المدونات في الوطن العربيّ



بدأت المدونات العربية بوجهٍ عامٍّ في مطلع عام 2003 مع الغزو الأمريكيّ لدولة العراق، من ذلك:

1- حوليات صاحب الأشجار، وسردال، وطي المتصل، وطق حنك وغيرها من المدونات التي تبث من داخل وخارج الوطن العربي.
2- يعد عام 2006 عام انفجار النشر على المدونات في الوطن العربي، وأصبحت تمثل ظاهرةً إعلاميةً جديدةً بالرغم من نسبتها القليلة بسبب ظاهرة الخوف من التعبير الحرّ.
3- تتوزع المدونات بشكلٍ غير متساوٍ على الدول العربيّة، وتأتي مصر في المرتبة الأولى، يليها السعودية، ثمّ الكويت، والمغرب.
4- غلب على المدونات العربيّة الطابع السياسيّ بالرغم من أنّ المدونات بدأت في دول الخليج، وبخاصة في الكويت والبحرين.
5- أول موقع تدوين في الوطن العربي (كويت، بلوغ)؛ وذلك بسبب المستوى المعيشيّ المرتفع، ورغبة في التعبير الحرّ.

6- بالرغم من النشأة الخليجيّة للمدونات العربية، إلا أنّ المدونين المصريين هم الذين أعطوا للمدونات زخماً وحيويةً في الوطن العربي.

7- اتخذت المدونات العربية طابعاً يتناسب مع الأقطار العربية، وحسب جهاد الخازن في زاويته في الحياة الدولية، فإنّ المدونات المصرية صورةٌ حيةٌ ومثيرةٌ للعنف الرسميّ في مواجهة المتظاهرين، وفي العراق تعكس حالة المجتمع، وفي الأراضي الفلسطينيّة تهتم بالمواجهة مع سلطات الاحتلال، وفي السعودية إجماع على مشكلةٍ واحدةٍ وهي مقص الرقيب ووحدة خدمات الإنترنت.

ثامناً: الدور الإعلاميّ للمدونات

فيما يتصل بالإعلام يرى البعض أنّ المدونات بدأت تُحدث أثراً في الحياة العامة للمجتمعات على عدّة أصعدة سياسيّة واجتماعيّة وثقافيّة وإعلاميّة، وذلك من خلال:

- نشرها لتقارير حول أخطاء السياسيين.
- ومن جهة أخرى بسبب اختلاف الطريقة التي يقوم بها المراسلون بكتابة تقاريرهم.
- ومن ثمّ فإنّ محرري المدونات أصبحوا مؤثرين على نحوٍ متزايدٍ، لدرجةٍ أنّه يتمّ النظر إليهم الآن على أنّهم جزءٌ من وسائل الإعلام الرئيسيّة.
- وازداد من ثمّ حضور المدونات وباتت شكلاً إعلامياً يقف جنباً إلى جنب التلفاز والإذاعة والصحف، وفي هذا فقد طالب خبراء المدونات بمعاملة المدونين كونهم صحفيين.

وفي الأعمال التجاريّة أصبحت المدونات وسيلةً فعالةً تستفيد منها الشركات والمؤسسات والأفراد للترويج عن منتجاتها وخدماتها وأفكارها والدعاية لها، وبهذا تدخل المدونات عالم الدعاية والإعلان، شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى المقروءة والمرئيّة والمسموعة، وفي هذا المجال أوردت صاحبة إحدى الشركات بأّن المدونات كان لها التأثير الأكبر بالنسبة لها بين وسائل الإعلان التقليديّة المطبوعة من التأثير على مبيعات الكتب.

تكون المدونات وسيلةً لنشر الأخبار، أو لنقل الأحداث والخبرات والآراء والمعلومات، أو الإعلانات التجارية، أو تقارير لنشاطاتٍ ذات صلة بمشروعٍ معيّن، وفي هذا المجال فهي تلتقي مع وسائل الإعلام الأخرى الصحافة، الراديو، والتلفاز وتكون واحدةً منها. كما يمكن أن تشتمل التدوينة الواحدة على النصوص والصور ولقطات الفيديو القصيرة، والروابط المتعددة إلى مصادر إلكترونيّة أخرى على الويب، وفي هذا تتفوق المدونات على الصحافة الاعتياديّة في مجال الروابط إلى المصادر الأخرى التي لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى التقليديّة (راديو، تلفاز، صحف) القيام بها.

ونظراً للدور الإعلاميّ الذي تقوم به المدونات، قام الحزب الجمهوري وحزب المحافظين خلال الانتخابات الأمريكيّة عام ٢٠٠٤ بنشر موادٍ صحفيّة في المدونات.

إنّ هذا يؤشر إلى مستوى جديدٍ من التأثير والمصداقية للمدونات، كما أنّ العديد من المدونين بدؤوا يراقبوا عمل الصحفيين التقليديين في جوانب الانحياز وعدم الدقة ونشر ذلك في المدونات، وبالرغم من ذلك كله فإنّ المدونات لا تخلو من المشاكل التي تقود في بعض الأحيان إلى القضاء جراء نشر معلومات خاصة أو عمليات التشهير، ففي بريطانيا على سبيل المثال أشارت إحدى المدونات إلى سياسيّ معين ووصفته بأنّه نازي، واستطاع ذلك السياسيّ أن يعرف صاحب المدونة، ورفع دعوى ضده، وحصل على غرامةٍ مع مصاريف الدعوة.

الخلاصة

تعتبر المدونات أسرع برامج المشاركة وبرامج الشبكات الاجتماعيّة التي ظهرت مقترنةً مع الويب شهرةً وانتشاراً، وذلك لما تتميز به من التفاعلية، والوصول المباشر من قبل المستفيدين إليها، وتشكيل التجمعات الإلكترونيّة بين محرريها والمستفيدين منها، هذا فضلاً عن توفيرها لسجلٍ أرشيفي للمواد المتاحة بها، ممّا يسهل الوصول للمعلومة المطلوبة.

والمدونات في أبسط أشكالها عبارة عن مواقع عنكبوتيّة Websites، تظهر عليها تدوينات posts مؤرخةً ومرتبةً ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، تصاحبها آليةٌ لأرشفة المداخل القديمة، ويكون لكلّ مدخلٍ منها عنوان إلكترونيّ URL دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، بحيث يُمكن للمستفيد الرجوع إلى تدوينةٍ معينةٍ في وقتٍ لاحق، عندما لا تكون متاحةً على الصفحة الأولى للمدونة، ممّا يساعد على الوصول المباشر من قِبل المستفيدين إليها، وتشتمل على النصوص، والصور، ولقطات الفيديو القصيرة، والمواد السمعيّة، والروابط الفائقة إلى مصادر إلكترونيّة أخرى ذات صلة على الشبكة، وتسمح المدونات بالتفاعل بين محرريها وقارئيها، حيث يمكن لأي من متصفحي الإنترنت قراءتها والتعقيب أو التعليق عليها.

التمارين

1- اختر الإجابة الصحيحة:

ظهرت المدونات الإلكترونيّة في:

A. بريطانيا
B. فرنسا
C. الولايات المتحدة

الإجابة الصحيحة: B

2- اختر الإجابة الصحيحة:

من أنواع المدونات الإلكترونيّة:

A. المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبيّة.
B. التي تحتوي على التطورات الحاصلة في تقنيات النشر الإلكترونيّ.
C. التي تحتوي على مضامين شبكة الإنترنت

الإجابة الصحيحة: A

3- اختر الإجابة الصحيحة:

من سمات المدونات الإلكترونيّة:

A. لا تحتاج إلى تصريحٍ للنشر.

B. سريعة التأثير.

C. رجع الصدى

الإجابة الصحيحة: A

4- اختر الإجابة الصحيحة:

من سمات جمهور المدونات:

A. جمهور نخبوي واعي ومثقف.

B. جمهور متعدد وجهات النظر السياسي.

C. جمهور قادر على المشاركة والتفاعل بالرأي والتحليل والمعلومات مع صاحب المدونة

الإجابة الصحيحة: C

5- اختر الإجابة الصحيحة:

بداية المدونات العربية:

A. 2003

B. 2002

C. 2001

الإجابة الصحيحة: A

المراجع

1- أبو شنب، حسين. (ب.ت). المدونات الالكترونية والتعددية الإعلامية، محاضرات في الإعلام التفاعلي. استرجعت في تاريخ 1 شباط 2015 من .emag.mans.edu.eg/media/upload/27/logo_790101129.doc

2- أمين،رضا عبد الواجد. (2009، 7- 9 ابريل). استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت. قدم إلى المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.

3- حسين، أحمد. (2009، 15. 17 مارس). ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال. قدم إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود ، الرياض.

4- الحيدري، عبدالله الزين. (2009، 7- 9 ابريل). الإعلام الجديد النظام والفوضى. قدم إلى المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين.

5- الرحيلي، تغريد.(2014). اتجاهات طالبات جامعة طيبة نحو استخدام المدونات التعليمية الإلكترونية في تعلم مقرر مهارات الحياة الجامعية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الانسانية، مجلد28، (8)، ص 1765-1794.

6- القحطاني، دشن بن محمد. (2009، 15. 17 مارس). المدونات الإلكترونية وحرية الرأي والتعبير. قدم إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض.

7- المحضار، عبير بنت محمد أبوبكر. (2013)، أثر مدونة إلكترونية مقترحة على تنمية مهارات الكتابة الإبداعية لدى طالبات المرحلة الثانوية. قدم إلى المؤتمر الدولي الثالث للتعلم الالكتروني والتعليم عن بعد، الرياض.

8- المدني، أسامة غازي. (٢٠٠٩). استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها، دراسة ميدانية. مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، (26)، 595، 628.

9- نصر، حسني محمد. (2014، 15 أبريل). المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي. استرجعت في تاريخ 29 كانون الثاني2015 من: http://jamelzran.arabblogs.com/archive/2007/7/280497.html.

10- الوردي، زكي حسين(2007). صحافة المدونات الإلكترونية على الإنترنت، مجلة الباحث الإعلامي، (3)، ص 11-18.

الوحدة التعليمية التاسعة

الشبكات الاجتماعيّة وصحافة المواطن

أولاً– النشأة والتطور

ثانياً– مفهوم صحافة المواطن

ثالثاً– المدونات وصحافة المواطن

رابعاً– الصحفي المواطن

خامساً– عوامل ظهور صحافة المواطن

سادساً– صحافة المواطن والتفاعلية الاجتماعية

سابعاً– صحافة المواطن والديمقراطية الافتراضيّة

ثامناً– نماذج وأشكال صحافة المواطن

تاسعاً– صحافة المواطن كسلطةٍ خامسة

الأهداف التعليمية:

في نهاية هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

- يشرح نشأة وتطور صحافة المواطن
- يعرّف مفهوم صحافة المواطن
- يشرح المدونات وصحافة المواطن
- يشرح الصحفي المواطن
- يشرح عوامل ظهور صحافة المواطن
- يشرح صحافة المواطن والتفاعليّة الاجتماعيّة
- يشرح صحافة المواطن والديمقراطيّة الافتراضيّة
- يعدّد نماذج وأشكال صحافة المواطن
- يشرح صحافة المواطن كسلطةٍ خامسة

مقدمة عن الشبكات الاجتماعية وصحافة المواطن:

إنّ من بين الجوانب الهامّة المترتبة على التطورات الحديثة في تكنولوجيات الاتصال هو التحول الحاصل في أهمّ عنصرين من عناصر العملية الاتصالية، ألا وهما المرسل أو ما يُسمّى القائم بالاتصال والمستقبل، فقد حدث تغيرٌ جذريٌّ في مهامّ كلّ واحدٍ منهم، وأصبح الجمهور الذي كان يستقبل الرسائل والمضامين الإعلاميّة يشارك بشكلٍ أساسيّ وفعال في صناعتها وبثها، فلم يعد فقط يستعمل وسائل الإعلام لاستهلاك مضامينها ورسائلها، بل تعدى الأمر إلى المشاركة الفعلية في بناء هذا المضمون وبكل حريةٍ؛ ولذلك فإنّ ما يميز هذا الجمهور أنّه يستعمل وسائل الإعلام ويتعرض لها في ذات الوقت الذي يساهم في محتواه، كما أنّه يملك هامشاً من الحرية أكبر بكثير من الصحفيين التقليديين، فكم من الأفراد (سياسيين، مثقفين، معارضين) قاموا بنشر مذكرات ومقالات وكتب وأفلام وريبورتاجات وصور على شبكة الإنترنت كانت ممنوعةً من النشر في الوسائل الأخرى، وحتى الصحفيون أنفسهم أصبح

معظمهم يملك منتدى أو مدونة إلكترونيّة، وإن لم يكن يملك فإنّه يكتب ويساهم في المدونات الأخرى، نظراً إلى ما توفره من حرية تعبير قد لا يجدونها في وسائل الإعلام الأخرى.

وقد أدى الانتشار الواسع لتقنيات الاتصال الحديثة لدى شرائح واسعة من المجتمع وسهولة استعمالها من قبل الأشخاص إلى قيام المواطنين وأفراد الجمهور بصناعة مواد ومضامين إعلامية بسهولةٍ تامة، ومن دون أن يكونوا متخصصين، وكانت في الكثير من الأحيان تضاهي وتنافس مضامين الوسائل الإعلامية التقليدية، فرغم أنّ هؤلاء الهواة لا يملكون شهادات في الميدان الصحفيّ، إلا أنّهم يملكون مهارات وقدرات اكتسبوها، سواء بالممارسة أو التعلم الذاتي، تسمح لهم بمنافسة صحفيين محترفين.

وعليه فقد انتهى دور الكاتب مرسلاً، كما انتهى دور الإخبار، وتحول المتلقي إلى قارئ منتج للنص في الوقت نفسه، ولم يعد الجمهور يستقبل الرسائل والمضامين الإعلاميّة بشكلٍ سلبي دون أن يضفي مساهمته وتعليقه وانطباعه.

يقول الكاتب نسيم الخوري: يتلاقى الكاتب والقارئ في فضاءٍ من الصناعة الكتابيّة من دون حدود، ويعتبر انقلاب السلطات أو تبادلها بينهما من أرقى الأدوار التي تلعبها الصحافة الإلكترونيّة، إذ يغدو المتلقي ساكناً حياً يتعامل مع الطبعة الإعلاميّة وكأنّها وسيلته الإعلاميّة الخاصة تمنحه سلطات جديدة، يستطيع أن يمارسها عن طريق اشتراكه في التحرير أو بالانتقاد أو بإضافة الأفكار، أي يصبح فاعلاً ومنفعلاً ومرسلاً جديداً يقلق المرسل الأساسي ويكمله أو يدحضه.

وهذا ما يحدث بالفعل مع وسائل الإعلام الجديدة ومع تطبيقات الإنترنت التفاعليّة، التي تمكن الفرد ليس فقط من التفاعل مع مضامين وسائل الإعلام السائدة، بل حتى امتلاك وسيلته الخاصة ممثلة في مدونة أو صفحة شخصية أو صحيفة إلكترونية خاصة، فانقلبت بذلك القاعدة، إذ أصبح المتلقي مرسلاً والقارئ كاتباً والجمهور قائماً بالاتصال، ويضيف نسيم خوري في هذا المضمار قائلاً: نكاد نخرج من هذه المفاهيم التقليديّة للسلطات التقليديّة وتفاعلية عناصرها، وذلك بفضل تقنيات الاتصال المعاصرة، حيث انقلبت الآية وبات العالم أسير علاقات جديدة بين الإرسال والتلقي وتجليات السلطة المعرفية واللغوية، وندرك من ناحيةٍ نمواً

ملحوظاً للتفاعل بين المرسل والمتلقي إلى حدود قد تسمح لنا بالتعديل من مصطلح المتلقي وتسميته بالمرسل الثاني، إنّه المرسل والمتلقي في آنٍ واحدٍ، إنّه الصحفي، والقارئ، والناشر، والموزع، والمعلن، وحتى حارس البوابة الجديد.

يقول الكاتب كولن ميهال "Colleen Mihal": "لقد تغيرت العلاقات الاجتماعيّة في ظلّ ممارسة صحافة المواطن عبر إسقاط المفاهيم التقليديّة المتعلقة بمن هو مستهلك، مضمون الإعلام ومن هو منتجه، كما عززت قدرة الفرد في القيام بأدوارٍ جديدةٍ، ومكنت من لم يكونوا جزءاً من عملية الإنتاج الإعلاميّ من المشاركة بآرائهم وتعبيرهم الخلاق".

وعليه تتحول طبيعة الجمهور الحالي من التلقي السلبيّ إلى طابع التشاركيّة، حيث يستفيد الأفراد من تطبيقات الإنترنت2 لخلق محتوى؛ وبالتالي تطور المضمون المنتج من قبل الجمهور، كما قامت المؤسسات الإعلاميّة بتوفير مواقع وتطبيقات للجمهور ليساهم فيها، وهذا بهدف تبني هذه الأنماط الصحفية الجديدة والتعايش معها بشكلٍ يحفظ لها ولو قليلاً من سلطتها التي فقدتها لصالح جمهورها النشط.

وأدى تطور تقنيات الاتصال هذه إلى قيام الجمهور بدور الناشر والمذيع والمحرر ومنتج المحتوى ككاتب ومصور ومنتج فيديو ورسومات ومعلق وموثق ومسير للمعرفة أو مكتبي ومعلن، فوسائل الإعلام الجديدة ولا سيما شبكة الإنترنت جعلت من اليسير القيام بكلّ هذه الوظائف بسهولةٍ كبيرةٍ وبتكاليفٍ كبيرةٍ، خاصةً وظيفة الصحفي الإلكتروني التي يمكن ممارستها عبر عدّة تطبيقات على الشبكة، كالمدونات، والمواقع الشخصية، ومواقع وسائل الإعلام التفاعلية، ومواقع الشبكة الاجتماعيّة، إلى غير ذلك من الخدمات الإلكترونية التي جعلت الفرد المتلقي يتبنى عدّة مهامّ ووظائف في ذات الوقت.

وبالرغم من التطور الكبير في مجال صناعة المستخدمين للمضامين، إلّا أنّ وسائل الإعلام التقليديّة قد شهدت من قبل حالاتٍ مماثلة من التعاون بين الجمهور، وبين هذه المؤسسات في إنتاج مثل هذه المضامين، ومن أشهرها بريد القراء والرد على استفسارات الجمهور، بيد أنّ هذه الظاهرة شهدت تحولاتٍ كثيرةٍ في السنوات القليلة الماضية في عالم الإعلام والصحافة، وخاصةً مع تزايد الاعتماد على الإنترنت، سواء من قبل الجمهور أو من قبل وسائل الإعلام، لتمتعها

بسماتٍ وخصائص لا توفر في البيئة الإعلاميّة التقليديّة، وعلى رأسها خاصية التفاعليّة، وهي الخاصية التي مثلت البداية الحقيقية لمفهوم المضامين التي ينتجها المستخدمون.

وقد تحول الاهتمام في السنوات الماضية إلى الحديث عمّا يُعرف بصحافة المواطن Citizen journalism أو الصحافة القاعدية Grassroots Journalism، وهو المفهوم الذي دعا إليه "دان جيلمور" Dan Gillmor في عام 2004م، وعلى أثر هذه الدعوة ظهرت عدّة تياراتٍ بحثيةٍ تدعو إلى الاهتمام بهذه الأنواع الجديدة من الأشكال الصحفية، وإلى إحداث تغييراتٍ جذرية في الممارسات الصحفية والإعلامية المتبعة في وسائل الإعلام التقليديّة وبما يساعد على الاستفادة من هذه النوعية الجديدة من الصحافة، وضرورة تخلي الصحفيين عن سلطتهم المطلقة في التعامل مع كلّ مراحل إنتاج المضامين الصحفية والإعلامية، والسماح بمشاركة المستخدمين في بعض مراحل هذه العملية، سواء في عملية إنتاجها أو إدارتها، وأن تتخلى الصحافة عن الصورة التقليديّة لتدفق الأخبار والمعلومات، وأن تتبنى توجهاً أفقياً من أسفل إلى أعلى؛ لاستيعاب المضامين التي يوفرها الإعلام الجديد، مع البحث عن سبلٍ جديدةٍ لزيادة مساحة الاستفادة المتبادلة بين وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونيّة، وتعزيز التعاون بين الصحفيين المحترفين والمستخدمين الهواة. فالثورة التكنولوجية الحاصلة في وسائل الاتصالات, والتي يبدو أنّها لا تعرف التوقف, قد ساعدت ومكنت الجمهور من تأسيس إعلامه الخاص به, حتى بات المواطن المتلقي نفسه إعلامياً يكتب ويذيع وينتج البرامج المرئية وينشرها ويذيعها من على الإنترنت لمواطنين مثله مثلهم, وأصبحوا يتبادلون المعلومات الإخباريّة والنتاجات الإعلاميّة من دون الحاجة إلى صرف المبالغ الطائلة التي تصرفها الوسائل الإعلاميّة التقليديّة. وهكذا أصبحنا نسمع بمصطلحاتٍ جديدةٍ، مثل "المواطن الصحفي" (journalist citizen) في مجال الإعلام والاتصالات لم نكن نسمعها من قبل؛ وذلك بسبب الدور الفاعل للمتلقي/الجمهور في العملية الإعلاميّة, وبمساعدة وسائل وتقنيات وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة.

وقد أفرزت البيئة الإعلاميّة الجديدة التي تتسم بالديناميكية والتطور الكبير والمتسارع عدة أشكالٍ إعلاميّةٍ حديثةٍ على غرار الصحافة الإلكترونيّة، التي تبلورت في دورها في عدة أنواعٍ

وأنماطٍ صحفيّة، كالمواقع المملوكة من قبل وسائل الإعلام، والبوابات الإعلاميّة، والصحف الإلكترونيّة المستقلة، ومنتديات النقاش الإلكتروني، والمدونات.

وقد جاءت الصحافة الإلكترونية كنتيجةٍ للتطورات الحاصلة في تقنيات النشر الإلكترونيّ على شبكة الإنترنت بمختلف الأشكال والتطبيقات والمواقع وتقنيات البث الإذاعي أو التلفزيوني على الشبكة، وإذا كانت هذه الأشكال من النشر والبث في البدايات الأولى لشبكة الإنترنت ترتبط بالمؤسسات والهيئات، سواء كانت إعلاميةً أو ثقافيةً أو علميةً، فإنّ الجيل الثاني للإنترنت يتيح إمكانية القيام بعملية النشر الإلكترونيّ والبث بشكلٍ مستقل عن المؤسسات، أي أنّ الأفراد المستعملين العاديين بإمكانهم القيام بالكتابة والنشر الإلكترونيّ عبر تقنياتٍ عديدة، كالمدونات الإلكترونيّة، الصفحات الشخصيّة، مواقع الويكي، المواقع التساهميّة، وكذلك القيام ببث تسجيلات فيديو سمعية- بصرية عبر مواقع بث الفيديو، تقنية البود كاست، المدونات الإلكترونيّة السمعية- البصرية، فالمستعمل أصبحت لديه إمكانية ليست فقط للمشاركة الجماعيّة في تقنيات لخلق المحتوى، ولكن حتى الإنتاج الفردي لهذه المضامين والتحكم فيها وفي بثها بصفةٍ فرديةٍ.

وهذه الظواهر قد تمّ التعبير عنها في الأوساط الأكاديميّة والإعلاميّة بعدّة مصطلحاتٍ، مثل النشر الإلكترونيّ الفردي أو الشخصي، المحتوى الذي ينتجه المستعملون، الصحافة التشاركيّة، الصحافة البديلة، صحافة المواطن، وغيرها من التسميات التي تتعدد في مصطلحاتها وتتفق في مفاهيمها؛ لتشير إلى تلك التقنيات التي تتيح للمستعمل القدرة على المشاركة أو صناعة المضامين الإعلاميّة بمختلف أشكالها، ونشرها عبر مختلف الوسائل الإعلاميّة.

وبذلك ساهمت التطورات في نشوء ما يُسمّى بالصحافة التفاعليّة، التي تعطي فرصةً للقارئ أو جمهور الوسيلة الإعلاميّة على العموم لإبداء رأيه واقتراحاته وملاحظاته المتعلقة بمحتوى الوسيلة وبمختلف الأحداث، فمن خلال شبكة الإنترنت يمكن للقارئ أن يتواصل مباشرةً مع الصحيفة ويناقش القائمين عليها من محررين وصحفيين، فأصبح رجع الصدى يُمكن الصحف من التعرف على آراء وتوجهات القراء بصفةٍ آنية، عكس ما كان عليه الحال في الصحافة التقليديّة الورقيّة، وقد شكل هذا بداية مرحلةٍ (تدخل جمهور الوسيلة الإعلاميّة في مضمونها) ومساهمته في محتواها بشكلٍ غير مباشر، أي من خلال الإيحاء والاقتراح وإبداء الملاحظات

والتعليقات لمسيري الصحيفة، والذين يقومون بدورهم بإحداث التغييرات التي تلبي احتياجات ورغبات القراء والجمهور.

وفي الحقيقة فإنّ الطابع التفاعلي لم تعد تتسم به فقط مضامين شبكة الإنترنت، فحتى القنوات التلفزيونيّة والإذاعيّة أصبحت تفاعلية إلى حدٍّ كبيرٍ، متبعةً في ذلك خطى شبكة الإنترنت التي حققت نسباً عالية من المستعملين والمتعرضين لمضامينها، والتي أدركت أنّ العصر الحالي هو عصرٌ ينبغي فيه رد الاعتبار إلى المستعمل الذي بقي منذ ظهور وسائل الإعلام الأولى يتلقى المضامين بشكلٍ سلبي، وينبغي تخصيص هامشٍ أكبر لمساهمته الفعالة في إعداد المضامين، سواء بشكلٍ جزئي أو بشكلٍ كلي، ففي كثيرٍ من الأحيان يقوم أشخاصٌ مثلاً بتصوير بعض الأحداث باستعمال تقنياتٍ مختلفة (كاميرا رقمية، هاتف محمول) وإرسالها إلى قنواتٍ تلفزيونية لتقوم بنشرها، ويحدث هذا بالخصوص مع القنوات المعارضة التي منعت من فتح مكاتب في بعض البلدان، والتي تضيق على المراسلين والصحفيين، ممّا يجعل (الصحفيين المواطنين) من أنجع السبل في الحصول على المعلومة والخبر الصحفي، وما يحدث في إيران والصين أكبر دليلٍ على ذلك؛ حيث إنّ تضييق السلطات على الصحفيين المحترفين واضطهادهم أدى إلى اللجوء إلى تقنيات صحافة المواطن كإعلامٍ بديل، وحتى وسائل الإعلام الأجنبيّة أصبحت تعتمد بشكلٍ ملحوظٍ على ما يرسله إليها المواطنون من موادٍ إعلاميّة (تسجيلات فيديو، صور) باعتبارهم المعنيين بهذه الأحداث أو الأقرب إليها، على سبيل المثال أثناء حرب العراق أدركت قناة البي بي سي أنّها لم تقدر على نشر صحفييها في جميع مواقع الأحداث لتغطيتها، وهو ما جعلها تطلب من القراء أو المشاهدين أن يرسلوا صورهم التي يلتقطونها لتنشر على موقعها.

ونجد كذلك بعض الحصص الإذاعيّة التي تفتح المجال المشاركات الجمهور في محتواها، مثل ما هو عليه الحال في إذاعة فرنسا الدولية rfi التي تبث حصة المشاركة الإعلامية، وهي عبارة عن حصةٍ تشاركية تبث على الويب، يساهم في محتواها أفرادٌ عاديون ليسوا صحفيين محترفين

أمّا قناة ال بي بي سي نيوز فقد أطلقت مبادرةً للقراء المناهضين للحروب لبعث صورهم التي التقطوها ونشرها، كما قامت قناة فرانس 24 بتقديم برنامج (مراسلون) وآخر بعنوان (مراقبة)،

تبث عبره تقارير وتحقيقات وريبورتاجات أعدها المشاهدون، كما أنّ مواقع مشهورة لبث الفيديو أصبحت تبيع مواد ووثائقيات أعدها مستعملون هواة لقنواتٍ تلفزيونيّة، مثل موقع يوتيوب.

هذه الأمثلة وغيرها كثيرةٌ تبيّن أنّ عصر التلقي السلبي لمحتويات وسائل الإعلام قد ولى، وبأنّ المستعمل أو المتلقي أصبح يرفض أن يكون كالإسفنجة التي تمتص فقط، وهو ما دفعه إلى العمل على إيجاد طرقٍ وتقنياتٍ جديدة لخلق المحتوى وإيصاله إلى الآخرين، وهذا ليس فقط عبر تطبيقات شبكة الإنترنت كما كان الأمر في البداية، ولكن حتى عبر وسائل الإعلام التقليديّة. فظهرت العديد من الفضاءات والتقنيات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر وبث هذه المضامين دون أي رقابةٍ أو ضغطٍ على غرار المواقع التفاعليّة، مواقع الفيديو مثل اليوتيوب النشر الجماعي التشاركي، الموسوعات الإلكترونيّة الجماعيّة، المدونات الإلكترونيّة، منتديات المحادثة الإلكترونيّة، نشر تسجيلات مسموعة، مواقع الشبكة الاجتماعيّة مثل موقع فيسبوك، ومواقع تبادل ملفات كل هذه الأشكال والتقنيات يقوم المستعملون بصناعة محتواها، فهم الصحفيون والمحررون والناشرون، وبذلك فهم متعاونون هواة من كل أنحاء العالم، ويشاركون في محتوى هذه الوسائل بدون مقابل في الغالب، وفي كثيرٍ من الأحيان يتولى أشخاصٌ تصوير بعض الأحداث باستعمال تقنياتٍ مختلفةٍ (كاميرا رقميّة، هاتف محمول) وإرسالها إلى قنواتٍ تلفزيزنيّة لتقوم بنشرها، مثلما حدث أثناء عاصفة كاترينا في أميركا، وما يحدث اليوم في عدة مناطق من العالم التي تشهد حروباً مثل العراق وفلسطين، ومن أحسن الأمثلة هي الصور التي تمّ التقاطها أثناء إعدام صدام حسين، و ّ التي لم تكن لتنتشر للرأي العام وللصحافة العالميّة لولا ذلك الشخص الذي صورها بهاتفه النقال. ويحدث هذا كذلك مع بعض القنوات الخاصة المعارضة التي منعت من فتح مكاتب في بعض البلدان وتمّ التضييق على مراسليها وصحفييها، كما نجد بعض الحصص الإذاعيّة التي تفتح المجال لمشاركات الجمهور في محتواها، مثال ذلك مبادرة قناة الجزيرة التي تعطي فرصةً للمواطنين بأن ينشروا مضامين إعلاميّة متعلقة بمختلف الأحداث العالمية والوقائع، وتقوم قنواتٌ عديدةٌ بنفس الشيء.

ولهذا ظهرت في السنوات الأخيرة بعض الأدبيات التي تشير إلى هذه الظاهرة بعبارة ugcأو المحتوى الذي صنعه المستعملون، والذي يقابل المضمون الإعلاميّ الذي يصنعه الصحفيون المحترفون الذين يشتغلون في وسائل الإعلام التقليديّة، وظهر ما يُسمّى كذلك بالنشر الفرديّ.

وقد أدت مشاركة الأفراد المستعملين لوسائل الإعلام في صناعة محتواها إلى بروز نوعٍ جديدٍ من الصحافة تتميز بكونها تتيح لأي شخصٍ إمكانية المشاركة في بناء هذا المحتوى، ولهذا يُسمّي بعض الكتّاب والإعلاميين هذا النمط من الصحافة الجديدة (بالصحافة التشاركيّة)، وهناك من يُسمّي هذه التقنيات بوسائل إعلام المواطن الذين يبثون محتواها، وهم عبارة عن صحفيين غير مهنيين، أي أنّ المحتوى الذي ينشئه المستعملون هو محتوى خارج عن نطاق المهام والأنشطة المهنيّة.

لقد تشكل إذاً نوعٌ ونمطٌ جديدان من أنواع الصحافة، يُطلق عليه الكتّاب بالإضافة إلى التسميات السابقة تسمية صحافة المواطن أو إعلام الجمهور citizen journalism، وهو ذلك النشاط الذي يقوم بموجبه أفرادٌ عاديون بتوظيف التقنيات والتطبيقات الاتصالية الحديثة لإنتاج مضامين إعلاميّة، سواء نصيّة أو مسموعة أو سمعية بصرية أو متعددة الوسائط، وبثه ونشره سواء عبر تقنيات شبكة الإنترنت بشكلٍ فرديّ أو جماعيّ، أو عبر قنواتٍ إعلاميّةٍ تقليديّةٍ.

ولذلك فقد جاء هذا النوع من الصحافة ليعمل على دمقرطة وسائل الإعلام، أي إتاحة الاستعمال الديمقراطي والتداولي لوسائل الإعلام دون رقابة وضغط الناشر والمديرراء والمسيرين لوسائل الإعلام، وإتاحة الفرصة للمستعمل لإيصال صوته والتعبير عن آرائه والتغطية الإعلاميّة لقضاياه وشؤونه، وفقاً لوجهة نظره الخاصة، وبعيداً عن الخط السياسي والانتماءات التي يمكن أن تؤثر على الوسيلة الإعلاميّة التقليديّة.

لقد ساهم المواطن إذاً وبشكلٍ كبيرٍ في نقل العديد من الأحداث والوقائع التي غيبتها وسائل الإعلام التقليديّة إلى العالم عن قصدٍ أو عن غير قصد، خاصةً ما تعلق منها بالأحداث المحلية التي لا تحظى في الغالب بالتغطية؛ إمّا بشكلٍ عمدي من قبل القائم بالاتصال بفعل ضغوط السلطة، أو بشكلٍ غير عمدي نظراً إلى عدم امتلاك الوسيلة الاعلاميّة لمراسلين محليين في تلك المنطقة، ولهذا يعتقد الكثير من المختصين أنّ استخدام المواطنين لتقنيات الاتصال المحمولة لنقل الصور والأفلام حول مختلف الأحداث يُمكن وسائل الإعلام من أن توجد في كل مكانٍ، محققةً بذلك خاصية الوجود الكلي الافتراضيّ، ولعلّ هذا ما جعل العديد من وسائل الإعلام التقليديّة تعقد اتفاقياتٍ لتبادل المعلومات والأخبار مع مواقع ومدونات شخصيّة للمستعملين، مثلما حصل مع الصحيفة الأميركية الدولية التي أمضت عقداً في أيار

2006م مع موقع لصحافة المواطن لتزويدها بالمعلومات والأخبار الإعلاميّة، وهذا نظراً إلى امتلاك الموقع لآلاف المساهمين من عدة أماكن، حيث يستقطب هذا الموقع الإخباري 2 مليون زائر يومياً، ويشارك فيه حوالي 26000 صحفي مواطن من كل أنحاء العالم.

ورغم كون صحافة الموطن غير نفعية، أي أنّ الصحفيين لا يتقاضون أجراً، إلا أنّ التطور الكبير لهذه المواقع والمدونات قد جعلها مع مرور الوقت تدر أرباحاً على أصحابها من خلال الإشهارات، فأصبحت بعض المواقع مثل أجرو فوكس وأومي نيوز تعرض مقابلاً مادياً لأحسن المقالات والمضامين، وكذلك تقوم بعض مواقع الفيديو مثل يوتيوب وماي فيديو ببيع صور وأفلام فيديو لبعض المؤسسات الإعلاميّة وغير الإعلامية، بالإضافة إلى مواقع الشبكة الاجتماعيّة التي تبين العديد من الأرقام أنّها أصبحت تشكل مجالاً استثمارياً خصباً للمؤسسات الإعلاميّة والتجاريّة، على سبيل المثال في عام 2005 قامت مؤسسة روبرت مردوخ بشراء موقع ماي سبيس ب 580 مليون دولار، كما تمّ بيع موقع يوتيوب بعد عام من تأسيسه ب1.6 مليار دولار لمؤسسة غوغل.

هذا بالإضافة إلى حجم الإنفاق على الإعلانات التي تنشر عبر هذه المواقع والتطبيقات الإلكترونيّة، فتشير الإحصاءات إلى أنّ المعلنين أنفقوا 2 مليار دولار عام 2009 على إشهارات عبر مواقع على الشبكة الاجتماعيّة، ودفعت مؤسسة غوغل 900 مليون دولار لمؤسسة نيوز كوربوريشن من أجل بث إعلاناتٍ لها في موقع ماي سبيس، وإن دلت هذه الأرقام على شيءٍ، فإنّها تدل على تعاظم أهميّة هذه المواقع والتطبيقات الاتصاليّة الجديدة في الساحة الإعلاميّة والاقتصاديّة.

وممّا يزيد من أهمية هذه المواقع الارتفاع المفرط في عدد مستعمليها، وهو من دون شكٍ ما يشكل سبب النجاح الفعلي لأي مؤسسةٍ إعلاميّةٍ، فازدياد عدد المتلقين والمستعملين يؤدي إلى زيادة الإعلانات وزيادة الشهرة سواء في الأوساط التجارية أو الإعلامية، فمثلاً في شباط 2008م وصل عدد مستخدمي ماي سبيس 300 مليون، وينضم إليه يومياً 230 ألف فرد، وفي كانون الثاني 2009م كان عدد أعضاء موقع فيسبوك حوالي 150 مليون فرد، وفي سنة 2010 كان عدد مستعملي الفيس بوك حوالي 200 مليون مستعمل، كما أنّ هناك أعداداً هائلةً من مستعملي المدونات الإلكترونيّة ومواقع بث الفيديو والبود كاست ومنتديات المحادثة

الإلكترونيّة، ولعلّ هذا ما جعل ظاهرة الويب2 وما جادت به من خدماتٍ تشكل ظاهرةً اقتصادية وإعلامية في ذات الوقت.

أولاً: النشأة والتطور:



بدأ التدوين على الإنترنت في 1999م، إلا أنّه بدأ ينتشر ويظهر تأثيره منذ 2003م مع بدء الحرب الأميركيّة على العراق؛ أمّا المدونات العربيّة فبدأت بالظهور في 2004م وزاد انتشارها وتأثيرها بدءاً من 2005م، ويستخدم المدونون العرب تقنية الويب 2 «Web 2.0»،ويقومون بربط مدوناتهم بمواقع مختلفة مثل ويكيبيديا Wikipedia، ويوتيوب YouTube، وفيسبوك Facebook، ومواقع إخباريّة تأتي الجزيرة نت Aljazeera.net في مقدمتها، تليها بي بي سي BBC، والعربية AlArabia.

ساهم هذا النمط الجديد من الإعلام في ظهور الصحافي المواطن المشارك الفعال في العملية الاتصاليّة، والمساهم في تغيير الكثير من المفاهيم الاتصالية الحالية، وقد كثرت التسميات حول صحافة المواطن التي يُسميها البعض «صحافة التطوع»، وآخرون «صحافة الهواة» Amateur Journalism، و«إعلام النحن» We Media، و«الصحافة القائمة على النقاش» Conversation Journalism، أو «صحافة المصدر المفتوح» Open Source Journalism، أو «الصحافة التشاركيّة» Participatory Journalism.

إلا أنّ ما يجمع كل هذه التسميات هو النشاط الصحافي، الذي يقوم به المواطن والمضمون الإعلامي المبني على الرسائل الموجهة إلى الجمهور، وبالرغم من وجود عددٍ كبيرٍ من الصحافيين المحترفين في عالم المدونات والذين يعملون في مواقع متخصصة لصحافة المواطن، إلا أنّ غالبية الممارسين لهذا النمط من الصحافة هم المواطنون الهواة الذين استطاعوا أن يكونوا الخبر وصناعته في آنٍ واحدٍ، وأن يصبحوا مراسلين حقيقيين للقنوات والمؤسسات الإعلاميّة، وناقلين للمعلومات بشكلٍ واقعي ولحظي وملامس للحدث.

وما يُميز الصحافي المواطن عدم خضوعه للمحطة الإعلاميّة التي كانت تهيمن على الخبر ونقله إلى الجمهور، فهو طليقٌ في التعبير وفي نقل الخبر بالصوت والصورة وبشكل مباشرٍ وآني وسريع، ما يجعل التحكم والسيطرة على الخبر من قبل السلطات أمراً صعباً. وقد حاولت السلطات الرسميّة في الكثير من البلدان حجب بعض المواقع أو المدونات ومنعها من النشر، إلا أنّ التقنيات الحديثة تتيح إمكانية بث الموقع من بلدٍ آخر، أو من موقع إلكترونيّ آخر، وتسمح للمواطنيين الافتراضيين Netizens بأن يتناقلوا الأخبار، ويسارعوا في نشرها، ويفرضوا حضورهم على الإعلام التقليدي، واضطراره إلى نقل رسائلهم الإعلامية المتداولة والمتنقلة وبثها ضمن فضائها، وكذلك فقد سمحت تكنولوجيا الاتصال بالربط بين الحاكم والمحكوم وبتطوير العملية الديمقراطية، من خلال تمكن الأفراد من الاطلاع على وثائق حكومية، أو زيارة المؤسسات السياسية والانتخابيّة، أو إجراء نقاشاتٍ جماعية عبر مختلف التطبيقات الإلكترونيّة، أو التواصل مع صانعي القرار من السياسيين والإداريين، وهو ما يجعلها الوسيلة الإعلامية الوحيدة حتى الآن التي تجعل أفراد الجمهور يتخاطبون مع صناع القرار، ومع السياسيين بصورةٍ مباشرة.

ثانياً: مفهوم صحافة المواطن:

- صحافة المواطن هي مصطلحٌ إعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخيّ حديث النشأة، وهو مصطلحٌ غير مستقر على المستوى المفاهيمي. وتشخص صحافة المواطن عند البعض على أنّها إعلام المواطن، وعند مجموعةٍ أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو أيضاً التعاضدي، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية. إذاً فنحن



أمام انفجار مصطلحي يصعب حصر تمثلاته ورواده، وتحديد أدبياته، لكن أمام هذه التداخل في المصطلحات فإنّنا نلاحظ إجماعاً على تبنى مرجعيات مصطلح "صحافة المواطن"، وهو المصطلح الأكثر حضوراً في أدبيات الأطراف النشطة في هذا المجال، وتوافق ضمني على دلالة هذه المفردة الجديدة في قاموس الإعلام والاتصال، والتي يمكن حصرها في اعتمادها على:

1- شبكة الإنترنت كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي.
2- تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام، ودعم الممارسة الديمقراطيّة.
3- اعتبار مخرجات صحافة المواطن امتداداً لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة.

- صحافة المواطن حسب شاين برومان وكريس ويليس هي نشاطٌ للمواطنين يلعبون خلاله دوراً حياً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتمّ بنية مد الوسائل الإعلاميّة بمعلوماتٍ دقيقةٍ وموثوقٍ بها ومستقلةٍ، تستجيب لمتطلبات الديمقراطيّة". ويقدم الباحثان ديباجة في موقع نحن الإعلام، (We The Media) على: http://www.hypergene.net هكذا: "نحن في بداية الحقبة الذهبية للصحافة، هي صحافة لم نعهدها من قبل، وقد تنبأ الكثير من الخبراء في مجال المستقبليات أنّ خمسين بالمائة من الإنتاج الصحفي سيتمّ بواسطة المواطنين بحلول عام 2021".
- صحافة المواطنة هي الصحافة التي يصنعها المواطنون، وهي أسلوبٌ صحفيّ جديد، اتسع وأصبح شائعاً في الممارسة الصحفية وخاصة في النموذج الغربي؛ ويتميز المواطن الصحفي بأنّه صحفيٌّ مستقلٌ وحرٌّ من أي ضغوطٍ إعلانيةٍ أو انتماءاتٍ تنظيميةٍ أو مؤسسيةٍ، حيث يقدَّم للناس بوصفه صوتاً مستقلاً، الأمر الذي أسهم في تحويل مئات الآلاف من الناس إلى وكالات أنباء متحركة.

ويقارن دان غيلمور بين ثلاثة أحداثٍ هامّةٍ مرت على الأمريكيين وكانت صلتهم بها حميمة من خلال الإعلام بتطوراتٍ مختلفة: "ففي عام 1945 مات الرئيس فرانكلين روزفلت وكان الراديو سيد الوقت حينها، وفي عام 1963 مات الرئيس جون كيندي مقتولاً في دالاس وكان التلفزيون حاضراً مع الراديو، وفي 11 سبتمبر انهار البرجين في نيويورك ولم يكن التلفزيون

وحده، فقد كانت شبكة اللإنترنت معه، ولم يكن الصحفيون المحترفون في سوق التغطيات لوحدهم، بل كان المواطنون أيضاً يغطون الأحداث بكاميراتهم ورسائلهم في البريد الإلكتروني، وتعليقاتهم في المنتديات، وكتاباتهم المختلفة في المدونات".

ثالثاً: المدونات وصحافة المواطن:

انتشرت المدونات الإلكترونيّة بشكلٍ ملحوظٍ وملفتٍ للنظر على شبكة الإنترنت, واتخذ التدوين الإلكتروني خطاً مميزاً له بين المواقع الإلكترونيّة, ويقول الدكتور هشام عطية عبد المقصود: "وفي هذا السياق يرى الباحثون أنّ المدونات أعادت تنشيط المجال السياسيّ ودعم مشاركة المواطنين؛ نتيجة كونها تنمو بمعدلاتٍ مؤثرة، وتتيح قدراتٍ تفاعلية عبر الروابط والنصوص الفائقة والإحالات لمختلف المصادر.

كما وجد الباحثون أنّ المدونات السياسية ترتبط ببعضها بصورةٍ مكثفةٍ, تعيد دمج مجموعاتٍ منفصلة متنوعة التوجهات في سياقٍ أوسع، ممّا يجعل منها مجالاً عاماً؛ ولذلك (فهي من خلال مواصفاتٍ هيكليةٍ في بنيتها تكوّن مجالاً عاماً مثالياً من حيث سهولة التصميم وانتشار برامجها, ومن حيث محدودية التكلفة وسهولة التشغيل وتضمين التعليقات والروابط وملفات الصوت والفيديو والنصوص، وكل ذلك يتمّ في دقائق معدودة، كما أنّها تمنح فرصاً متساوية في التواجد والمشاركة، وتتسع لتشمل الجميع)".

ويرى الدكتور مصطفى عباس صادق أنّ صحافة المدونات الإلكترونيّة هي صحافة الإنترنت, وبالحديث عن التدوين العربي يرى أنّ المدونات العربية هي صحافة المواطن العادي، ويقول: "تمرّ صحافة الإنترنت مع التطور التكنولوجيّ الذي بات يعرفه عالم الإنترنت، بالإضافة إلى التطور الملحوظ أيضاً في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بالمرحلة أو الموجة الثالثة التي نعيشها الآن، تلك التي تتميز أساساً باستعمالها للوسائط المتعددة الاتصال (Multi Media).

كما تتميز صحافة الإنترنت التي تشتهر تحت اسم المدونات أنّها من تحرير مواطنين عاديين بالدرجة الأولى، ثمّ من طرف صحافيين يحاولون استغلال فضاء الحرية المطلق للتعبير عن

آرائهم التي تواجه في الغالب بمقص الرقيب في الدول العربية، الأمر الذي أدى بالعديد من التجارب الصحافيّة في الإنترنت لأنّ تصبح صحافة المواطن. هذه الصحافة التي اعتبرها البعض بأنّها: (نشاطٌ للمواطنين يلعبون خلاله دوراً حياً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وبأنّ هذه المشاركة تتمّ بنية مد الوسائل الإعلاميّة بمعلوماتٍ دقيقةٍ وموثوقٍ بها ومستقلةٍ، تستجيب لمتطلبات الديمقراطية".

فصحافة الإنترنت أو صحافة المواطن المتمثلة بالمدونات هي الصحافة التي ستخلف الصحافة الورقية صاحبة الجلالة, وهي الصحافة الجديدة الوافدة, كما يراها ياسر بكر في كتابه الإعلام البديل بالقول: "تشير الدلائل كلها وأغلب الدراسات المتخصصة إلى أنّ الصحافة الورقية في طريقها لتحتل مكانها في متحف التاريخ, شأن كل الأشياء الجميلة التي أسعدت البشرية, وبانتهاء دورها انسحبت في جلال لتمنح الفرصة لوافدٍ جديدٍ قادرٍ على العطاء وإسعاد الإنسان".

رابعاً: الصحفي المواطن:

كانت المدونة في بداية ظهورها عبارة عن صحيفة، لكنّها تتميز بالذاتية والتصاقها بالخصوصية (الحياة الخاصة)، لكن مع تبلور وشيوع الوسائط المتعددة (الصورة، الفيديو، الصوت) تحول اهتمام المدونة إلى نقل الوقائع وبروز البعد الإعلامي الصحفي في مخرجاتها، وهو ما أدى إلى بروز المدونات الإخباريّة. إنّ إمكانية تحسين أية مدونةٍ من أي جهازٍ كومبيوتر ومن أي بقعةٍ في العالم ونشر أي مضمون وفر فرصة التفاعل لمتصفحي الإنترنت في حلهم وترحالهم. وقد عبر عن هذه الحالة دى روسني بقوله: "كل مواطنٍ هو بالضرورة صحفي صاعد، يتحكم في زمن الأحداث ووقعها، فلا تستطيع أية وكالات أنباء أن تنشر صحفيين في كل الشوارع، فظهور الصحفي المواطن أصبح ظاهرةً غير قابلة للتجاهل، فقد أظهرت أحداث التسونامي في جنوب شرق آسيا وتفجيرات لندن وإعصار كاترينا في الولايات المتحدة حقيقة قوة وفاعلية هذه الظاهرة".

وقد ساهمت البساطة التقنية في تأسيس وتحسين المدونات في تحويل هذا الصنف الجديد من الاتصال إلى وسيلة إعلامٍ جماهيريّة، إذ يمكن لصاحب المدونة أن ينشر الأخبار، وأن يعرض مسائل في مدونته، وأن يتلقى ردود القراء وإضافات الزوار وبصفةٍ حينية. لقد تزامن ظهور التدوين وتطوره كوسيطٍ مع بروز حركة دعاة المصادر المفتوحة على شبكة الإنترنت، والذين تحدوهم رغبة التأسيس والدعوة على حرية التعبير على شبكة الإنترنت، والتشارك في المعرفة والمعلومة من قبل الجميع. وقد استغلت هذه الحركة التحررية الافتراضيّة البساطة والإضافة التقنية التي جاءت بها المدونات، فهي تتيح للمساهمين في شبكة الإنترنت فرصة نشر آرائهم وعرض مصادر معلوماتهم بشكلٍ سريعٍ ومجاني وناجع، ونظراً للتطور المذهل للبرمجيات الإلكترونيّة والتي تنحو نحو المزيد من التعقيد، فإنّه من المنطقي الاتجاه نحو تبادل المعلومة من خلال برامج مبسطة عوض الاتجاه لتطوير برامج أكثر تعقيداً، هكذا لعبت المدونات دوراً محورياً في تبلور وشيوع الاتجاه التحرري في التفاعل مع شبكة الإنترنت.

إنّ السهولة التقنية هي التي مكنت عامة الناس من تبني حركة التدوين، فليس للمواطن حاجةٌ لمعرفةٍ معمقةٍ في البرمجيات أو علم الحواسيب حتى يمكنه نشر أفكاره، فبإمكان كل فردٍ التعبير عن رأيه وبكل سهولةٍ، وذلك من خلال ما يوفره التدوين من فضاء اتصالي ومن نموذج معد وجاهز بشكلٍ مسبق تقنياً للاستعمال الجماهيريّ. إنّ خلفية المدونة القائمة على شرعية التشارك في المعرفة والمصدر والمعلومة لا يمكن لها تحقيق هذه القيم الجديدة إذا كانت أسيرة ثقافة تكنولوجية عالية؛ لذلك دأب من اشتغل على ظاهرة التدوين إلى التبسيط التكنولوجي، وعدم تعقيد برمجياته كمقدمةٍ تكاد تكون حتميةً لتحررية التدوين وديمقراطيته.

خامساً: عوامل ظهور صحافة المواطن:

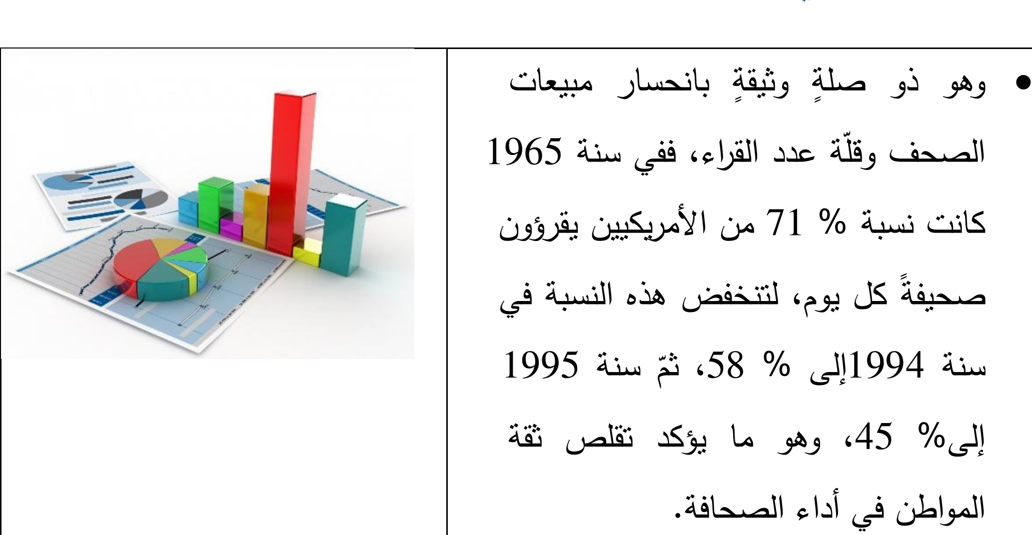
رغم كل ذلك النقد الموجه لوسائل الإعلام فإنّ المجتمعات الغربية لم تتزحزح عن إيمانها بدور الصحافة والإعلام في توفير المناخ السليم للديمقراطية وخدمة الصالح العام، وتحوّلت صحافة المواطن إلى سلطةٍ خامسة، هدفها تحرير الصحافة بوصفها سلطة رابعة من حالة الالتفاف السياسي والاقتصادي والتوظيف الفئوي والمصلحي الذي تعيشه. في هذا السياق دق الصحفي

الأمريكي دافيد برودر ناقوس الخطر منذ سنة 1990 في مقالةٍ شهيرةٍ عن تغطية الشؤون السياسية لزملائه الصحفيين، لم يستعمل صاحب المقال مصطلح صحافة المواطن، بل شخّص دور الصحفي وضرورة اقترابه من هموم المواطنين، فمهنياً وأخلاقياً يعتبر الصحفي في النموذج الديمقراطي الغربي من بين أكثر المدافعين عن مصالح المواطنين، وهو ما يفترض من الصحافة إذاً جملة من المحددات المبدئيّة والمتمثلة في إظهار الاختلافات والصراعات ومضاعفة النقد للمؤسسات التنفيذيّة. إنّ ثراء ونوعية الجدل والحوار داخل النظام الديمقراطي هو أساس العمل الصحفيّ، فإذا لم يكن الجمهور طرفاً رئيسياً في إثارة الجدل حول قضايا الشأن العام، فإنّ ذلك يعني أنّ كل من الصحافة والديمقراطية في خطرٍ، وأنّ لا ضرورة لتوفير الخبر والمعلومة للجمهور. ولدى المدافعين عن صحافة المواطن فإنّ حالة التصحر التي قد تشهدها الديمقراطية لا يمكن أن تكون إلا مؤذيةً ومضرةً بمستقبل العمل الصحفي والعكس صحيح.

من خلال هذا التشخيص اتجهت الصحافة الأمريكيّة ومن ورائها الصحافة الغربية إلى الدعوة إلى صحافةٍ جديدةٍ بديلةٍ ومختلفةٍ. عند جاي روسن "Jay Rosen" والذي يعتبر الأب الروحي لصحافة المواطن، ليس السلوك التسلطي لرئيس الجمهورية أو أداء الحكومة المتعثر هو الذي يضعف الديمقراطية، إنّما التحولات العميقة في الثقافة الاجتماعية هي التي تجعل من الحياة العامة مهتزةً ومفخخةً. ففي سنة 1991 أجرت إحدى المؤسسات دراسةً مسحيةً عن من هو المسؤول عن عزل المواطن عن الممارسة السياسية، وأشارت نتائج الدراسة بالاتهام إلى ثلاث جهاتٍ رئيسيّة: رجال السياسة، اللوبيات، وأهل الصحافة والإعلام.

هذه التجمعات والجهات اعتبرت سلطة منصبة بشرعيةٍ جديدةٍ وخادعةٍ حلّت مكان شرعية الديمقراطية. وفي سبر للآراء قامت به Times Mirrorسنة 1994 أكدت نتائجه نفس الحقيقة القائلة، بأنّ % 71 من الأمريكيين يؤيدون فكرة أنّ الصحفي تحول إلى عائق أمام المساعدة والمساهمة في حل المشاكل الاجتماعيّة للمواطن. في هذا السياق يعتبر جاي روسن Jay "Rosen" *أنّ صحافة المواطن هي تلبيةٌ لعدّة تحدياتٍ منها:*

- **العامل الاقتصاديّ:**

• وهو ذو صلةٍ وثيقةٍ بانحسار مبيعات الصحف وقلّة عدد القراء، ففي سنة 1965 كانت نسبة % 71 من الأمريكيين يقرؤون صحيفةً كل يوم، لتنخفض هذه النسبة في سنة 1994إلى % 58، ثمّ سنة 1995 إلى% 45، وهو ما يؤكد تقلص ثقة المواطن في أداء الصحافة.	

كما يُعاب على الصحفي تركيزه غير المقنع على حمى السباق الانتخابيّ في تغطياته الإخبارية، وتجاهل الرهانات الرئيسيّة ذات الصلة بحياة المواطن اليوميّة، وهو ما حوّل الصحافة إلى عثرةٍ أمام تفعيل الخطاب السياسيّ ذي المصلحة العامة.

- **العامل التكنولوجيّ:**

يتبلور العامل التكنولوجيّ في المتغيرات التقنية التي يعيشها المشهد الاتصالي، وكيف أنّ المنظومة التقليديّة في الاتصال هي بصدد إعادة التشكل، فمن الاتصال الجماهيريّ يوجد تحولٌ إلى اتصالٍ فردي وجماعي تفاعلي.	

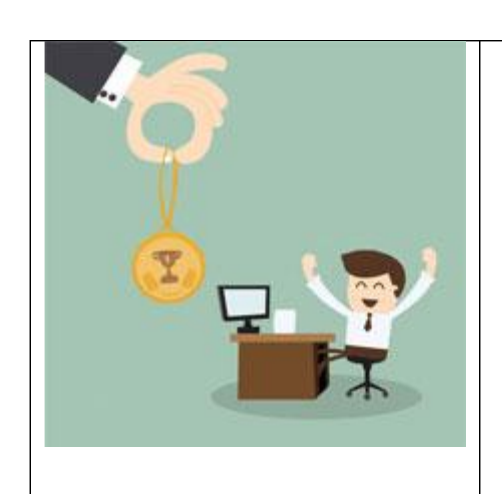
لقد أفل نجم المتلقي السلبي، وأصبح المتلقي الحديث ومن خلال ما توفره له التكنولوجيا الرقمية الحديثة باثّاً ومتقبلاً في نفس الوقت، وخاصةً بفضل شبكة الإنترنت، ويبدو ذلك بشكلٍ ملفتٍ في ظاهرة الصحافة الإلكترونيّة والمدونات.

- **العامل السياسيّ:**

جاءت علامات الهزة السياسيّة خلال الحملة الانتخابيّة الرئاسيّة لسنة 1988، والتي أظهرت أشكالاً وأنماطاً من الاتصال بالجماهير بدت غير أخلاقيّة ومشكوك في مصداقيتها، وهو ما يُفسر قلّة عدد المقترعين. وفي هذا السياق وجهت للصحفي احترازاتٍ وانتقاداتٍ؛ بسبب مسايرته لحمى السباق الجنوني نحو الفوز في الانتخابات	

وبأي ثمنٍ، فالعديد من الصحفيين تحولوا إلى مغيبين ومنعزلين عن هموم المواطن الحقيقية ومشاكله.تبعتها بعد ذلك محطاتٍ أخرى من الانحراف في أسلوب تغطية أحداثٍ كبرى، مثل الحرب على الإرهاب، والحرب على العراق، وجملة الشكوك التي وجهت للصحافة الأمريكية والغربية.

- **العامل المهنيّ**

يمكن تلخيصه في حالة التشاؤم التي يعيشها أهل المهنة، فنسبة رضا الصحفي عن وضعه المهني في تقلص، ويمكن تفسير ذلك من خلال رغبة الصحفيين المحترفين التشبث بوضعٍ مادي ومعنوي أفضل لأداء مهنتهم على أحسن وجهٍ	

- **العامل المعنويّ:**

• يتمثل في تساؤلاتٍ وجودية للصحفيين المتقدمين في التجربة والباحثين عن معنى حقيقي روحي لماهية وظيفتهم، فهم يعيشون حالة صراع وتناقض بين الرغبة في الإيمان بالامتيازات المادية والاجتماعية التي توفرها لهم مهنتهم، وحالة التردي التي يعيشها القطاع الصحفي.	

- **العامل النخبويّ الثقافيّ:**

يعود هذا العامل إلى الطريقة السطحيّة والمبسطة التي يتفاعل معها الصحفيّ مع الخبر والمعلومة، وهي من إملاءات المؤسسات الصحفيّة، وذلك على حساب شرح وتحليل وتفسير الخبر من أجل معرفةٍ أسلم للواقع. إنّ من بين أولويات وظائف الصحافة هي التوعية والتثقيف والتفسير والاستقصاء، وليس فقط مجرد عرض متواتر لموادٍ إخباريّةٍ خام، ويمكن	

تفسير هذا التردي وهذه النظرة المريبة تجاه الصحافة بالعودة إلى التاريخ وإلى التضليل الإعلامي، الذي تمارسه السلطة السياسية منذ حرب فيتنام، وفضيحة وترغيت، والحرب على العراق، وسجني غوانتنامو وأبو غريب، وكيف أنّ الصحافة لم تساهم وتتدخل للتقليل من اندلاع تلك الظواهر وإشعار الناس مسبقاً بمخاطرها، بل العكس هو الذي حصل إذ ساهم المواطن قبل الصحافة في التحذير من عواقبها، كما أنّ نمطية عرض المعلومة وانفصال الصحفي عن الواقع تعتبر من الأسباب البارزة في تشخيص حالة الجزر التي تعيشها الصحافة؛ لذلك ترى صحافة المواطن أنّه على الصحفي أن يتجاوز هذه المشاكل الهيكلية لمساعدة المواطن على معرفة مشكلاته، وتمكينه من فرصة الحكم عليها بشكلٍ حرٍّ

ومستقلٍ وواعٍ، إذاً فعلى الصحفي ومن خلال المواثيق الأخلاقية ومبدأ الموضوعية والمصداقية أن يتحول إلى محركٍ للعملية الديمقراطيّة ومشجعٍ على اتخاذ القرار السليم، بعيداً عن حالة الشك والريبة التي عششت في ذهن المواطن في تقييمه لأداء وسائل الإعلام عامّةً والصحافة خاصةً.

سادساً: صحافة المواطن والتفاعلية الاجتماعيّة:

من بين الخصائص المثيرة للجدل في صحافة المواطن في هيئتها الجديدة هي علاقتها بالوسائط الجديدة واعتمادها على التفاعل الإلكترونيّ، من أجل الوصول إلى تفاعلٍ اجتماعي فعالٍ وناجعٍ لتطوير حياة الناس.فلإنّ بدايات صحافة المواطن كانت من داخل الصحافة التقليدية (الصحيفة، التلفزيون، الإذاعة،...)، فإنّها انتشرت وبسرعةٍ ليعتمدها مستخدمو الإنترنت ويؤسسوا لها بالاعتماد على خلفيتها وفلسفتها النقدية التصحيحية للصحافة التقليدية مواقع المدونات. رغم التداخل الظاهر في شبكة الإنترنت وخاصة المدونات (البلوغرز Bloggers) بوصفها العلامة الفكريّة والتجاريّة لصحافة المواطن، فإنّنا وإذا ما استثنينا مئات الآلاف من المدونات السطحية، فسننتهي بالعثور على كمٍ هائلٍ من المدونات التي تتوفر فيها شروط المهنة وأخلاقياتها، ولها تأثيرٌ فعلي في المشهد الإعلاميّ والاتصالي الحديث، وقد تجلت علامات هذا التأثير على صناع القرار السياسيّ والاقتصاديّ، فتحولت الافتتاحيات والمقالات النقديّة لأصحاب المدونات إلى مدونات تقرأ كل صباحٍ وتحلل، وتؤخذ مقترحاتهم بعين الاعتبار، وفي بعض الأحيان تصحح قرارات بعض المسؤولين وتصريحاتهم، وذلك بعد قراءة ما نُشر على مدونة هذا أو ذاك المواطن.

انطلقت المدونات في منتصف تسعينيّات القرن الماضي في أميريكا، وخصوصاً مع موقع "درادج ريبورت Drudge Report"، الذي يُعتبر الأب الروحي للمدونات، وهو من كان وراء نشر فضيحة مونيكا لوينسكي السكرتيرة الخاصة للرئيس الأمريكي السابق بيل كلنتون.

شهدت صحافة المواطن ثلاث مراحل كبرى:

1. حركةٍ تصحيحيةٍ داخلية:

كتلك التي قام بها ميريتي، عُرفت بـ "الصحافة المدنيّة"، وهي صحافة تلزم الصحافي أن يتحدث مع الجمهور وأن يعرف الجمهور ويبحث عنه، وأن يعرف ما يريد بالضبط، والجمهور ليس بوصفه الجمهور المتوقع الذي يختاره الصحافي ليدعي بذلك معرفته بالآراء خارج غرفة الأخبار، بل هو جمهورٌ عشوائي، تختاره الصحيفة أو دار النشر من الخارج دون تقصد واختيار، وهذه الجزئية من أهم مقومات بناء الصحافي المدني؛ لذا تعكف الصحف الأمريكيّة على التقاء صحافييها مع عامة الناس في جلساتٍ أسبوعيّة ودوريّة.

2. حركة خارجيّة:

منذ سنة 1999 من خلال ظاهرة المدونات الإلكترونيّة، وقد مثلت ظاهرة المدونات منذ نشأتها السمة البارزة في انتشار صحافة المواطن، فبعد الانفجار المعلوماتي على المستوى التقني يمكن القول أنّ المدونات هي الانفجار الناتج عن شبكة الإنترنت في أبعادها الاجتماعيّة والسياسيّة، وفي تتبع ثقافة المدونات، فإنّها كظاهرةٍ اتصاليةٍ تبدو نتيجةً حتميةً ومنطقيةً لمسيرة الثورة التكنولوجية التي عرفتها شبكة الإنترنت، في الماضي كان اقتناص الخبر والمعلومة من اختصاص الصحفي وحده؛ أمّا اليوم فإنّ عامة الناس تتمتع بمجموعةٍ هائلةٍ من الوسائل التقنيّة سهلة الاستعمال (الهاتف الجوال، الإنترنت، الكاميرا الرقميّة، الكومبيوتر المحمول، النشر الإلكترونيّ)، تمكنها من الحصول والوصول إلى المعلومة، ونشرها مثلها مثل الصحفي.

3. شبكات التواصل الاجتماعيّ:

مكنت تكنولوجيات الاتصال الحديثة شبكات التواصل الاجتماعي من أن تلعب دور المتتبع والمصحح الناقد للدور الوظيفيّ للصحفيّ التقليديّ، غير أنّه يوجد تخوفٌ من أنّ هذه النوعية من النشاط الصحفي التي جاءت بها شبكات التواصل الاجتماعيّ يمكنها أن تحول الصحافة من عملٍ نخبوي فكري إلى نشاطٍ شعبوي. إنّ الإشكال لا يكمن في أن يكون الصحفي محترماً ومحترفاً أو صحفي مواطن، بل الأهمّ هو مسار الحصول على المعلومة والخبر، وطبيعة المصدر، ومدى توفر الموضوعيّة والمصداقيّة، وخاصةً كيف تقع عملية غربلة الأخبار، وما

هي مرجعيات انتقاء ما هو صالح للنشر من عدمه. لكل وسيلةٍ إعلامٍ تقاليدها ومعاييرها في نشر المعلومة والخبر، فهل يمكن القول أن ما يُنشر في صفحات التواصل الاجتماعيّ وعلى شبكة الإنترنت يخضع إلى معايير واضحة ومحددة كما هو الحال في هيئات التحرير داخل وسائل الإعلام التقليديّة؟ في الحقيقة يصعب القول أنّ كل ما ينشر في الفضاء الافتراضيّ يخضع إلى إشراف هيئات تحرير تمرر المعلومة بالعودة إلى مجموعةٍ من المعايير المهنيّة والقواعد الأخلاقية. في الاتجاه الآخر فإنّ العديد من صفحات التواصل الاجتماعيّ كسبت مصداقية وكفاءة مهنيّة وحرفية، وباتت مرجعاً للصحافة التقليديّة تنافسها في الدقة والموضوعية، وتشكك في ما لها من هيبةٍ وسلطةٍ رمزية تعود إلى قرون الأكثر إثارةٍ للجدل في كل ما تُنشره المدونات، إذاً ليست طرافة السيرة الذاتيّة.

سابعاً: صحافة المواطن والديمقراطيّة الافتراضيّة:

إنّ فكرة إمكانية المدونات على ترسيخ الممارسة الديمقراطيّة من خلال نقد أداء وسائل الإعلام التقليدية تستمد مشروعيتها من الفضاء الافتراضيّ لتؤثر في الواقع، أي على التمثلات الاجتماعيّة للأفراد من خلال الخطاب الذي تؤسس له. ويمكن ترجمة هذا المعطى الجديد من خلال الاعتراف الرسميّ بالمدونين، من خلال تجمعهم واستضافتهم إلى المجال السياسي، ففي الولايات المتحدة وفي فرنسا أصبح للقادة السياسيين مدوناتهم الخاصة، ومنهم الرئيس الفرنسيّ نيكولا ساركوزي وهاورد دين، كما صدرت مجلة شهرية متخصصة في متابعة ودراسة ظاهرة المدونات، وخاصة منها المدونات السياسيّة. أصبحت المدونات تعمق من حدودها مع الصحافة التقليديّة لتتميز، وهو ما نستشعره في اتجاه الصحفيين التقليديين إلى تأسيس مدوناتٍ خاصة بهم، هذا بالإضافة إلى الاهتمام الأكاديميّ في التدريس والبحث، والذي أصبح يفرد اهتماماً متزايداً لظاهرة التدوين، وهي كلّها دلالاتٍ من التشريع والاعتراف المؤسسي بالإضافات الاتصالية والاجتماعية للمدونات.

إذا كان لتبسيط التقنية في شبكة الإنترنت دورٌ في ظهور فرصٍ جديدةٍ في فضاءات التعبير عن الرأي وحرية التعبير للجماهير العريضة، فإنّ كل ذلك لا يفهم في غياب مساءلة السياق

الاجتماعيّ الذي فيه تبلورت ظاهرة صحافة المواطن. وتعتبر صحافة المواطن ظاهرةً تواصليةً وجزءاً لا يمكن تجاهله من المجال الاجتماعيّ العام. إنّها ظاهرةٌ اتصاليةٌ اجتماعيةٌ يمكن تأطيرها في سياق تفاعلاتٍ مكثفة ضمن فضاءٍ للتبادل والتفاعلية بين الجمهور المتعدد. وصحافة المواطن شكلٌ من أشكال الوسائطيّة والتفاعليّة عبر الوسيلة الإنترنت، تمكن الفرد من التملك المنفرد لرموزٍ جماعية، فهي توفر فرصة التجاذب بين بعد فردي للموضوع وعمق جماعي لارتداداته. فشبكة الإنترنت والمدونات في فلسفة صحافة المواطن فضاءٌ يوفر للفرد فرصة التعبير عن الرأي من خلال الحفاظ على رمزيةٍ جماعيةٍ ظاهرةٍ. إنّ المتلقي في عملية التدوين وبشكلٍ موازي وعند قراءته لأية رسالةٍ يستدعي مجموعة القواعد والبنى الجماعية التي على أساسها وقعت صياغة مضمون الرسالة.

إنّ **التفاعليّة** في صحافة المواطن تعتمد على مجموعةٍ من التمثلات المشتركة لمجموعة الأفراد، وذلك من أجل أن تكون عملية الاتصال منسجمةً ومتناسقةً وحاملةً لذكاء جمعي. ففي السبعينيّات كان الأمل في ديمقراطية تفاعلية أساسها المواطن يجسدها التلفزيون، وذلك من خلال شيوع الفيديو والصورة، وأصبح هذا الحلم اليوم معلقاً على شبكة الإنترنت، ويطلق عليه الديمقراطيّة الافتراضيّة، وليس المقصود بالديمقراطية الافتراضية كما يذهب إلى ذلك البعض بالديمقراطية الإلكترونية وإمكانية التصويت عن بعد وعبر شبكة الإنترنت، بل المقصود هو الحديث عن فضاءٍ من التواصل الحرّ والتفاعلي. في هذا السياق الاجتماعي المستحدث فإنّ صحافة المواطن ومن خلال المدونات تساهم وبشكلٍ فعال في دفع التمثلات الاجتماعيّة الجديدة للممارسة الديمقراطيّة. فقد وجهت صحافة المواطن لوسائل الإعلام التقليديّة (صحيفة، تلفزيون إذاعة) نقداً فعالاً، فهي بالنسبة لها وسيطٌ أحادي البث، ينطلق من الجزء في اتجاه الكل. لقد مكنت شبكة الإنترنت عبر المدونات فرصة تجاوز هذا النقد، فالمدونة تمنح إمكانية التواصل الأفقي، فالجميع يتجه نحو الجميع، فاسحةً بذلك المجال لتبلور صحافة المواطن أين يكون للذكاء الجماعي والإبداع التشاركي في تجسيد المشروع الديمقراطيّ.

ثامناً: نماذج وأشكال صحافة المواطن:

يوضح لاسيكا صحافة المواطن من خلال نماذج:

1. أدوات مشاركة الجمهور: وتتمثل أطر مشاركة الجمهور Audience Participation في تعليقات القراء المرتبطة بالأخبار، والمدونات الشخصية، والصور، أو لقطات الفيديو المصورة بالكاميرات الشخصيّة.
2. مواقع الأخبار المستقلة، مثل Consumer Reports.
3. مواقع الأخبار التشاركيّة التامة: Full–fledged Participatory News Sites، ونموذج لها الموقع الكوري الجنوبي، أو ماي نيوز "OhMyNews".
4. مواقع المساهمة العامة: Collaborative and Contributory Site، مثل موقع سلاشدوت "Slashdot./".
5. مواقع البث الشخصيّة: Personal Broadcasting Sites، مثل KenRadio.

ويذكر "بعزيز" أنّ هناك العديد من أنماط وأشكال صحافة المواطن الموجودة حالياً، والتي تتبلور وتتطور بنسقٍ كبيرٍ جعلها تنافس الأشكال التي سبقتها إلى الظهور، بل وتنافس حتى وسائل الإعلام التقليديّة، سواء في عدد جمهورها أو في نسبة الإعلانات التي تستقطبها، وفي ما يلي سنعرض أهمّ هذه الأشكال:

1–المدونات الإلكترونيّة:

هي مواقع إلكترونيّة يمتلكها أفراد ومؤسسات وجماعات، يتمّ الكتابة فيها بأساليب مختلفة، يقترب معظمها للأسلوب الصحفيّ، فهي تحاول دائماً إيجاد سبقٍ صحفي، والكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل، وهذا بفضل الحرية المطلقة	

وانعدام الرقابة، وهذا ما جعل البعض يُسمّيها بالسلطة الخامسة، ويتمّ فيها نشر المقالات والتسجيلات بشكلٍ ترتيبي كرونولوجيّ، ويمكن للقراء والمستعملين التعليق عليها.

2-وسائل الإعلام الاجتماعيّة:

وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعيّة ومواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من قبل الأفراد من أجل التواصل الاجتماعيّ والتعارف وإقامة العلاقات وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل عبرها أن يُنشئ صفحته الخاصة، ويُنشر	

فيها سيرته وصورته ومعلوماته الخاصة، ويكتب مقالاتٍ ونصوصٍ، وينشر تسجيلات فيديو ، ومن أشهر هذه المواقع my space، facebook، twittre

3-مواقع بث الفيديو:

وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة أو مرئية، ويمكن حتى تحميلها أو مشاهدتها، وهناك عدّة مواقع مشهورةٌ جداً لدرجةٍ أنّها أصبحت تبيع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل حتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ونذكر منها يوتيوب، وماي فيديو	

المواقع الإخباريّة التساهميّة:

وهي مواقع شبيهةٌ جداً بالصحف الإخباريّة، لكن يشارك في محتواها ويحرر مضمونها مواطنون عاديون من مختلف الأماكن، وهم في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة لمهنة الصحافة، ومن أشهرها موقع ohmy news الكوري.	

4-مواقع التحرير الاجتماعيّ:

وهي مواقع تعتمد على برمجيات wikis التي تسمح بتحرير مضمونها بشكلٍ جماعي، يتيح إمكانية التعديل والتنقيح، وأشهرها موسوعة ويكيبيديا. وهناك العديد من الأشكال الأخرى الجديدة التي تظهر، ولكن هذه أهمّها وأبرزها على الساحة الإعلاميّة.	

تاسعاً :صحافة المواطن كسلطةٍ خامسة:

إذا كانت الصحافة بصفةٍ عامة قد شكّلت في الماضي ما سمّي بالسلطة الرابعة، بفضل تأثيراتها في مختلف المجالات ولا سيما السياسية منها، فإنّ العديد من الكتّاب حالياً يعتبرون صحافة المواطن كسلطةٍ خامسة، نظراً إلى:

- تأثيرها المتعاظم على الشؤون السياسيّة والإداريّة لمختلف البلدان.
- ولأنها تتيح ليس فقط للصحفيين فرصة نشر ما هو ممنوع، وما قد يضايق السلطة والنظام القائم، بل تتيح أيضاً للأفراد والمواطنين العاديين بمن فيهم أولئك الذين يمثلون الشرائح المهمشة وغير الممثلة في المجتمع إمكانية التعبير بحريةٍ عن انشغالاتهم وإيصال آرائهم واقتراحاتهم للحكام، وهو الشيء الذي أثار تخوف الأنظمة الشمولية المستبدة.

فقامت الأنظمة الشمولية المستبدة في عدّة أحيان بحجب مواقع إلكترونيّة ومدونات إلكترونيّة، بل قامت حتى باعتقال بعض المدونين الذين تمّ التعرف على هوياتهم والزج بهم في السجون بسبب كتاباتهم، مثل ما حدث في إيران والصين، ولكن رغم ذلك فإنّ صحافة المواطن لا يمكن التحكم بها ومراقبتها كما هو عليه الأمر مع الصحافة التقليديّة؛ لأنّه حتى وإن تمّ حجب موقع أو مدونة في بلدٍ معيّن ومنعه من النشر، فإنّ التقنيات الحديثة تتيح إمكانية بث الموقع من بلدٍ آخر أو في موقع إلكترونيّ آخر؛ ولذلك يمكن القول إنّ رقابة السلطة على وسائل الإعلام قد زالت وتلاشت، ولا سيما مع التطبيقات والتقنيات الاتصالية التي تتطور وستحدث باستمرار،

ممّا يجعل التنبؤ بما يمكن أن يحدث في المستقبل من أشياءٍ جديدةٍ ضرباً من المستحيل، وربما قد تكون هذه الحرية اللامتناهية للتعبير عبر شبكة الإنترنت من بين الأسباب التي جعلت عدّة بلدان وأنظمة ديكتاتورية تتماطل في إيصال الربط بالشبكة في أقطارها، وحرمان مواطنيها من استعمالها.

وعليه فإنّ فضاء الإنترنت الجديد وفضاءاته التعبيريّة أدى إلى تبادل ليس فقط للأدوار بين القارئ والكاتب أو الصحفي، بل وحتى السلطة التي كان يعتبرها البعض سلطةً رابعة مع السلطات الأخرى، وهذا ما جعل بعض الكتّاب يُسمّونها السلطة الخامسة، فهل تخلّى الإعلاميون المحترفون عن سلطتهم الرابعة لصالح المواطن، أم أن هذا الأخير هو من اكتسب هذه السلطة الخامسة وانتزعها من الإعلاميين المحترفين؟؟

والإجابة بدون شكٍ أنّ الجمهور هو من انتزع هذه السلطة وقلب الموازين لصالحه، وهذا بفضل تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتقنيات الإنترنت التي مكنت من زيادة قوة وسلطة المواطن الافتراضيّ، وزادت من هيمنته على المادة والرسالة الإعلاميّة المتداولة والمتناقلة، ليست فقط وسائل الإعلام الجديدة، بل وحتى في وسائل الإعلام التقليديّة التي رضخت وأرغمت على التعامل مع المضامين التي ينتجها المواطنون وتبنيها وبثها.

يقول الكاتب "Yochai Benkler": إنّ التغير الحاصل في الإعلام الرقمي وتبني الأفراد لثقافة المشاركة، قد أثّر على سلطة الإعلام وعلى كيفية غربلة المضامين، من طرف من، ولصالح من، وعلى كيفية تقديم القضايا ومعالجتها، وعلى طريقة تشكل المواقف وبلورتها، أي أنّ تطبيقات الصحافة التفاعلّية جعلت كثيراً من الأشياء تتغير، وكثيراً من المفاهيم تعدل، وكثيراً من الأدوار تتبادل.

ومن دون شكٍ أنّ هذه القضايا والمفاهيم التي تناولناها فيما سبق قد أفرزتها التطورات اللامتناهية في تقنيات وتكنولوجيات الاتصال، ولا سيما بعد أن تمّ إدماج العديد من الوسائل الاتصالية لتشكل تطبيقاتٍ هجينة وتفاعلية، أقبل عليها الأفراد بشكلٍ غير مسبوق، حيث فاق عدد مستعمليها في فترةٍ وجيزةٍ عدد المستعملين للوسائل الإعلاميّة التقليديّة الأخرى، وهو ما دفع بعض الكتاب والباحثين لتسميتها بالوسائل البديلة أو الصحافة البديلة، باعتبار أنّها سلبت

وسائل الإعلام التقليديّة كثيراً من الأمور، بدءاً بجمهورها وبعض العاملين فيها من صحفيين وإعلاناتها، وحتى سلطتها وهيمنتها على الساحة السياسيّة والإعلاميّة.

وتعتبر وسائل بديلة كذلك؛ لأنّها تناقش قضايا وتغطي وقائع لم يتمّ تناولها من قبل وسائل الإعلام التقليديّة، فكثيرٌ من الأفراد أصبحوا يلجؤون إلى الصحافة البديلة لجلب الانتباه إلى القضايا الهامّة والجدلية التي تم تهميشها وتغييبها لأسبابٍ متعددة، كما أنّها تمنح صوتاً لمن لا صوت له، ومنبراً لمن لا منبر له للتعبير، والتعليق والنقد بدون رقابةٍ ولا ضغوطات.

إنّ التعطش الكبير للمستعملين للتعبير الحرّ والمشاركة في المضامين الإعلاميّة، الذي يتجسد في إقبالهم الملحوظ على الخدمات والتطبيقات التفاعليّة سواء عبر الإنترنت، أو تقنياتٍ اتصالية أخرى يمكن أن تكون مؤشراً لما يمكن أن يكون لهذا النمط الصحفي من انعكاساتٍ على المجال الإعلاميّ بالخصوص، والاجتماعيّ بصفةٍ عامّةٍ.

الخلاصة

جاءت الصحافة الإلكترونيّة كنتيجةٍ للتطورات الحاصلة في تقنيات النشر الإلكترونّي على شبكة الإنترنت بمختلف الأشكال والتطبيقات والمواقع وتقنيات البث الإذاعي أو التلفزيوني على الشبكة، وإذا كانت هذه الأشكال من النشر والبث في البدايات الأولى لشبكة الإنترنت ترتبط بالمؤسسات والهيئات، سواء كانت إعلاميةً أو ثقافيةً أو علميةً، فإنّ الجيل الثاني للإنترنت يتيح إمكانية القيام بعملية النشر الإلكتروني والبث بشكلٍ مستقلٍ عن المؤسسات، أي أنّ الأفراد المستعملين العاديين بإمكانهم القيام بالكتابة والنشر الإلكتروني عبر تقنيات عديدة، كالمدونات الإلكترونية، الصفحات الشخصية، مواقع الويكي، المواقع التساهميّة. وكذلك القيام ببث تسجيلات فيديو سمعية- بصرية عبر مواقع بث الفيديو، تقنية البود كاست، المدونات الإلكترونية السمعية- البصرية، فالمستعمل أصبحت لديه إمكانية ليست فقط للمشاركة الجماعية في تقنيات لخلق المحتوى، ولكن حتى الإنتاج الفرديّ لهذه المضامين والتحكم فيها وفي بثها بصفةٍ فرديةٍ.

التمارين

1-اختر الإجابة الصحيحة:

بدأ التدوين على الإنترنت

A. في أمريكا عام 1999

B. في فرنسا 2003

C. في بريطانيا 2005

الإجابة الصحيحة: A. في أمريكا عام 1999.

2-اختر الإجابة الصحيحة:

كانت المدونة في بداية ظهورها عبارة عن

A. مجلة

B. صحيفة

C. نشرة يومية

الإجابة الصحيحة: B. صحيفة.

3- اختر الإجابة الصحيحة:

صحافة المواطن تلبية لعدّة تحدياتٍ فيها

A. العامل الاقتصاديّ

B. العامل الفنيّ

C. العامل الجغرافيّ

الإجابة الصحيحة: A. العامل الاقتصادي.

4- اختر الإجابة الصحيحة:

شهدت صحافة المواطن ثلاث مراحل كبرى منها

A. منذ عام 1999 من خلال المدونات الإلكترونيّة

B. منذ عام 2002 من خلال منظومة جديدة للتفكير والإنتاج

C. منذ عام 2010 من خلال الحضور الرقمي

الإجابة الصحيحة: A. منذ عام 1999 من خلال المدونات الإلكترونية.

5- اختر الإجابة الصحيحة:

من نماذج صحافة المواطن

A. الفئة التنظيريّة

B. أدوات مشاركة الجمهور

C. الفئة الرقمية

الإجابة الصحيحة: B. أدوات مشاركة الجمهور.

المراجع

1- بخيت، السيد. (2011). إعلام المستخدم المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعه في البيئة الإعلامية الإلكترونية العربية. مجلة اتحاد الإذاعات العربية، (3)، ص 39-46.

2- بخيت، السيد. (2012، 15-16 إبريل). نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي. قدم إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض.

3- بعزيز ، ابراهيم. (2011) دور وسائل الإعلام الجديدة في تحوّل المتلقّي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن. مجلة اتحاد الإذاعات العربية، (3)، ص47-56.

4- حمودة، أحمد يونس محمد. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، القاهرة.

5- الزرن، جمال. (2009). صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلا. المجلة التونسية لعلوم الاتصال، (51-52).

6- الزرن، جمال. (تموز ، آب، أيلول، 2012). البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن. مجلة الباحث الإعلامي، (17)، ص 20-38.

7- صادق، عباس مصطفى. (2008). الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط.١). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

8- المنصور، محمد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك.

9- هميسي، رضا. (ب.ت) .الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني- د راسة قانونية. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح- كلية الحقوق العلوم السياسية.